

**POLÍTICAS EDITORIALES Y GRÁFICAS EN EL DESARROLLO
MORFOSINTÁCTICO Y CONTEXTOS SEMÁNTICOS BÁSICOS
PARA LA PRODUCCIÓN Y PUBLICACIÓN DE UN MEDIO IMPRESO
PERIODÍSTICO UNIVERSITARIO**

**DIEGO HUMBERTO QUINTERO FERNÁNDEZ
MANUEL ALEJANDRO LÓPEZ PINO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2008**

**POLÍTICAS EDITORIALES Y GRÁFICAS EN EL DESARROLLO
MORFOSINTÁCTICO Y CONTEXTOS SEMÁNTICOS BÁSICOS
PARA LA PRODUCCIÓN Y PUBLICACIÓN DE UN MEDIO IMPRESO
PERIODÍSTICO UNIVERSITARIO**

**DIEGO HUMBERTO QUINTERO FERNÁNDEZ
MANUEL ALEJANDRO LÓPEZ PINO**

**Trabajo de grado para optar al título
de Diseñador de la Comunicación Gráfica**

**Director
RICARDO CASTRO RAMOS
Máster en Hábitat**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2008**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Diseñador de la Comunicación Gráfica

MARÍA EUGENIA HERNÁNDEZ

Jurado

DIEGO FERNANDO ZUÑIGA

Jurado

Santiago de Cali, 02 de Julio de 2008

AGRADECIMIENTOS

A nuestra familia participe de la evolución y testigo de los momentos... del proceso...

A nuestro más querido manizalita... gran guía, amigo y hermano... gratitud, respeto y admiración...

A todos ustedes, este triunfo!

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. EL PROYECTO EDITORIAL	17
1.2. PREGUNTA PROBLEMA	18
1.2.1. Sub Preguntas	18
2. OBJETIVOS	19
2.1. OBJETIVO GENERAL	19
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
3. JUSTIFICACIÓN	20
4. MARCO CONTEXTUAL	21
4.1. EL 'PAPEL' PERIÓDICO UNIVERSITARIO	21
4.2. TRABAJANDO EN CASA	21
4.2.1. Caso De Estudio	21
5. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	22
5.1. PRINCIPIOS CONCEPTUALES Y PRÁCTICOS DE DISEÑO GRÁFICO	22
5.1.1. Legibilidad.	22
5.1.2. Lecturabilidad.	22
5.1.3. Lenguaje bimedia.	22
5.1.4. Composición	23

5.1.5. Color y gama cromática.	23
5.1.6. Elección tipográfica.	23
5.1.7. Línea gráfica.	24
5.2. LOS GÉNEROS EDITORIALES	25
5.2.1. Selección del Papel como Soporte.	25
5.3. EL PERIODISMO DE PERIFERIA Y EL DISEÑO DE PERIFERIA	26
5.4. TEORÍA GENERAL DE LOS SISTEMAS (TGS)	27
5.5. LAS FUNCIONES DEL MEDIO IMPRESO	28
5.5.1. Función Referencial	28
5.5.2. Función Emotiva.	28
5.5.3. Función Connotativa.	28
5.5.4. Función Poética O Estética.	29
5.5.5. Función Fática.	29
5.5.6. Función Metalingüística.	29
5.6. LA RETÓRICA DE LA IMAGEN	29
5.6.1. El Mensaje Lingüístico	29
5.6.2. El Mensaje Denotado.	30
5.6.3. El Mensaje Connotado.	30
5.7. ORDENES DE LECTURA	30
5.7.1. Teoría De Gutenberg.	30
5.7.2. Teoría De Burrhus Frederic Skinner .	32
5.7.3. Teoría De La Exploración Libre.	33

6. METODOLOGÍA	34
6.1. MOMENTO CERO	34
6.2. MOMENTO UNO	35
6.2.1. La Muestra Recolectada.	35
6.2.2. La Muestra Referenciada.	37
6.2.3. “El Giro” Histórico.	38
6.2.4. Rastreo Teórico-Conceptual.	39
6.3. MOMENTO DOS	40
6.3.1. Tgs Aplicada.	40
6.3.2. “El Giro” Virtual	41
6.3.3. Una Necesidad De Identidad.	41
6.3.4. Los Manuales De Estilo.	42
6.4. MOMENTO TRES	43
6.4.1. Un Interrogante Inesperado.	43
6.4.2. Hipótesis De Trabajo.	44
6.4.3. Recolección De Datos.	46
6.5. MOMENTO CUATRO	47
6.6. MOMENTO CINCO	48
7. RESULTADOS	49
7.1. MANUALES DE ESTILO	49
7.2. ENTREVISTAS	49
7.3. LAS ENCUESTAS	51
7.4. JUSTIFICACIÓN DE DISEÑO (REDISEÑO)	58

7.5. LO EDITORIAL	58
7.6. LO GRÁFICO	59
7.6.1. El Formato.	59
7.6.2. Composición.	59
7.6.3. El Color.	60
7.6.4. La Fuente Tipográfica.	60
7.6.5. Una Columna Falsa.	61
7.6.6. El Uso Olvidado Del Sumario.	61
7.6.7. Un Estilo Minimalista.	61
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS	64

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Metodología de investigación	36
Tabla 2. Modelo de Análisis Morfosintáctico	41

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Teoría de Gutenberg	31
Imagen 2. Muestra recolectada y muestra referenciada	37
Imagen 3. Muestra histórica de El Giro	39
Imagen 4. Proceso de comunicación	44
Imagen 5. Contexto comunicacional y procedimental al caso de estudio	45
Imagen 6. El Giro como Medio Impreso	45
Imagen 7. Manuales de Estilo (referencia)	49

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Población total encuestada	51
Gráfica 2. Índice de lectores por facultades	51
Gráfica 3. Ítem uno de la encuesta.	52
Gráfica 4. Ítem dos de la encuesta	52
Gráfica 5. Ítem 3.1 de la encuesta	53
Gráfica 6. Ítem 3.2 de la encuesta	54
Gráfica 7. Ítem 4.1 de la encuesta	54
Gráfica 8. Ítem 4.2 de la encuesta	55
Gráfica 9. Ítem 4.3 de la encuesta	55
Gráfica 10. Ítem 4.4 de la encuesta	56
Gráfica 11. Ítem cinco de la encuesta	57

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Análisis histórico de secciones de El Giro	64
Anexo B. Entrevista con el Decano de la Facultad de Comunicación Social, Dr. Álvaro Rojas Guzmán	65
Anexo C. Entrevista con el Jefe del Departamento de Comunicaciones de la UAO, José Antonio Bedoya	73
Anexo D. Entrevista con la Directora de Sala de Periodismo, María Eugenia Hernández	77
Anexo E. Entrevista con el Editor del Periódico El Giro, Gustavo Adolfo Mejía	85
Anexo F. Entrevista con el practicante de Sala de Periodismo (2008-1), Juan Carlos Toloza	88
Anexo G. Entrevista con el Publicista, Carlos Andrés Gómez	91
Anexo H. Análisis morfosintácticos de la muestra referenciada	94
Anexo I. Análisis morfosintácticos de los históricos de El Giro	126
Anexo J. Propuesta de rediseño de El Giro	147
Anexo K. Archivo Adjunto. Manuales de Estilo	

RESUMEN

Como estudiantes de Diseño gráfico se logra intervenir el contexto académico Sala de Periodismo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente, para establecer de manera evidente nuestra función comunicacional en la producción del medio impreso “El Giro”, reconociendo diferentes problemas estructurales como: procedimientos; metodologías gráficas de diseño y correspondencias sobre las conceptualizaciones comunicativas visuales entre el grupo de gestores de la publicación, el medio impreso como tal, su impresión final y el grupo objeto a quien se dirige.

Resultando en el diseño y producción del Manual de Estilo Gráfico y el Manual de procedimientos y las bases para el Manual de Estilo Editorial. Igualmente se desarrolló una propuesta Gráfica-Conceptual para el rediseño del medio impreso para aproximarlos más a su grupo objetivo.

INTRODUCCIÓN

Tras la participación nuestra como estudiantes de Diseño gráfico en un grupo multidisciplinar de comunicación en el contexto académico Sala de Periodismo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente, donde se encaró la producción del medio impreso “El Giro” periódico universitario, se reconocieron diferentes problemas estructurales como: procedimientos; metodologías gráficas de diseño y correspondencias sobre las conceptualizaciones comunicativas visuales entre el grupo disímil de estudiantes y profesionales gestores de la publicación, el medio impreso como tal, su impresión final y el grupo objeto a quien se dirige.

En el trabajo continuo de la práctica de diseño, se evidenciaron (a los ojos nuestros, como estudiantes diseñadores allí convocados) una serie de falencias en torno a las prácticas internas del grupo de Sala de Periodismo que de alguna manera entorpecía el desarrollo de lo que los diseñadores reconocen en los procesos de diseño editorial (autoedición) por causas como: el cambio de artículos al momento de estar establecidos como diagramación digital, cambios en la extensión en los mismos, faltantes de información como imágenes y otros datos menores, así también ausencias conceptuales lingüísticas y gráficas en tanto las pautas editoriales del medio impreso y como trabajar la línea grafica del mismo y sus diferentes elementos sintácticos y por consiguiente, problemas procedimentales generales.

El anterior panorama, requirió que nosotros como estudiantes de diseño, realizáramos un acercamiento a los conceptos relacionados con dicha temática y diseñáramos y produjéramos el Manual de Estilo Gráfico y el Manual de procedimientos. Igualmente se dejarán sentadas las bases para el futuro desarrollo del Manual de Estilo Editorial, proceso último a ser desarrollado completamente en el grupo multidisciplinar en que se inscribe -cosa que no ocurrió por múltiples factores académicos, intereses administrativos y competencias de varios integrantes, entre otros- y que no necesariamente por ser iniciativa nuestra, debía ser respaldada.

Una vez realizados los manuales y de haber dado “línea” al medio impreso, cualquier diseñador podría llegar al grupo multidisciplinar y hacer una pasantía a manera de práctica académica personal y disfrutar del espacio que el Proyecto Sala de Periodismo, proponía.

El proceso descrito estuvo acompañado por un docente asesor en los tópicos del diseño editorial y la comunicación visual, lo que permitió concretar finalmente la propuesta gráfica actual de “El Giro”. Resueltas algunas políticas editoriales en torno al medio impreso, el orden y planeación de procesos y procedimientos y la

concordancia gráfico-visual de tres, de las últimas cuatro publicaciones del periódico universitario, generaron tal impacto en el grupo, que se realizó una propuesta gráfica completa para el Portal digital de Sala de Periodismo, donde se publicaría también la versión digital del periódico y sus equivalentes digitales de la muestra entregada a nivel impreso.

Igualmente se dimensionaron la línea gráfica, conceptual y editorial de los diferentes medios asociados en el Proyecto Sala de Periodismo a ser divulgado por los medios online. Proceso ahora truncado por las últimas dinámicas administrativas en torno a la conformación del Centro académico de producción (Autonomea) en la Facultad de Comunicación social.

En el afán de cualificar cada día más, las prácticas y conocimientos en diseño gráfico, los estudiantes comprometidos con este proyecto, nos vimos abocados a realizar un sondeo sobre la percepción del medio impreso en su grupo objeto, considerar diferentes opiniones de profesionales y personas afines al periódico, como también implementar nuestros conocimientos propios; encontrando la necesidad sustentada de proponer un rediseño de "El Giro", haciendo realmente consecuentes las políticas editoriales en torno a lo que un periódico universitario sería, a lo que el grupo objeto se supone esperaría a nivel editorial y gráfico del mismo y a un nuevo impacto social a nivel visual y fático de las temáticas comunicacionales manejadas en el gran Proyecto Sala de Periodismo y su medio editorial por excelencia (El Giro impreso).

Cada una de estas etapas y otras más no mencionadas anteriormente, son descritas y desarrolladas puntualmente en el siguiente trabajo. Lo invitamos entonces a ser parte de este universo académico y confrontar nuestros criterios, metodologías y desarrollos. Será grato tenerlo como lector del proyecto.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dentro de las prácticas que se llevan a cabo alrededor de las academias de Comunicación Social – Periodismo, existen procesos de experimentación, basados en la teoría y mediados por metodologías fragmentadas, que buscan, entre otras, abrir espacios seudoreales de práctica académica, donde los estudiantes pongan a prueba sus capacidades en el desarrollo de productos afines con sus competencias. Tal es el caso de la mayoría de los comúnmente llamados periódicos universitarios que muchas facultades de Comunicación Social y Periodismo desarrollan desde su interior y publican a la comunidad en general.

Ahora bien, aún cuando estos productos procuran dar cuenta de las habilidades y competencias que los estudiantes habrían adquirido a lo largo de sus carreras, y por lo tanto dar cuenta del potencial formador de las universidades a las que pertenecen, no siempre se puede encontrar en ellos una respuesta concreta a las necesidades de comunicación del medio impreso —como la legibilidad y la lecturabilidad, entre muchas otras— ni del público objetivo —como el tono de la comunicación y temáticas tratadas—, y de esa manera, fallando uno de sus objetivos principales: la autopromoción institucional.

Los problemas comunicativos de estos periódicos, tienen origen en los procesos y metodologías que involucra, que van desde la definición y planeación del medio impreso, pasando por la investigación y redacción de artículos, hasta la identificación y el diseño de las políticas editoriales y gráficas del mismo. Dichos problemas se deben a que la producción de estos periódicos es asumida netamente en un espacio de experimentación académica, en donde solo la rigurosidad periodística es política, y donde todas las demás variables contextuales, conceptuales y estructurantes* son dejadas al azar.

Si bien ocurre esto al interior de la mayoría de periódicos universitarios, sucede únicamente en la medida en que se desconozca a la sistemática necesaria para hacer un periódico universitario —o uno en general— como un **proyecto editorial** holístico en el que deben intervenir, como mínimo, dos grandes disciplinas de la comunicación: la Comunicación Social y el Diseño Gráfico.

* Entiéndase estructurante como el participio activo (adjetivo verbal) del verbo estructurar, que significa: que da estructura. Nota de autores

1.1. EL PROYECTO EDITORIAL *

Ahora bien, por definición un proyecto editorial exige una serie de procesos e intervenciones conceptuales y prácticas por parte de los actores del mismo — Diseñadores Gráficos y Comunicadores Sociales, entre otros—, que le permiten, al mismo tiempo, definirlo como PROYECTO EDITORIAL y como DISEÑO EDITORIAL.

Es decir, si bien el proyecto de hacer un medio impreso periodístico universitario involucra múltiples procesos y disciplinas que actúan de manera organizada y metodológica en torno a una aplicación editorial, este proyecto se considera diseño proyectual en la medida en el diseñador gráfico traduzca el propósito final en una obra de carácter formal, en este caso el producto conceptual en un medio impreso.

En lo anterior se evidencia el por qué es casi imposible encontrar un medio impreso periodístico universitario que dé una correcta solución a las variables de comunicación presentes en el proyecto editorial y que deben ser resueltas desde el diseño gráfico.

En este orden de ideas encontramos que, al interior de un periódico universitario, son el periodista y el editor los encargados de dar solución a las variables comunicacionales y sus respectivas gráficas como un solo proceso, pero al no contar con las suficientes y adecuadas herramientas conceptuales y metodológicas en torno al lenguaje bimedia (véase Marco Teórico-Conceptual, p.22), que le permitan encarar el proceso, parte de estas son resueltas empíricamente, en donde casi siempre están mediadas por criterios de juicio estéticos y morfológicos, y que en ocasiones también son resueltas por artesanos digitales **. En definitiva, el producto final impreso, no responde realmente a los objetivos propios del proceso, y por lo tanto, a sus necesidades de comunicación, ni las del lector.

Así entonces, la función principal del Diseñador Gráfico es la de enfrentar *** las variables morfosintácticas y las generalidades morfosemánticas del proyecto

* La conceptualización de Proyecto Editorial es una interpretación de los autores, basados en las teorías planteadas por Guillermo González Ruiz en Estudio de Diseño (Emecé Editores, Buenos Aires. 1994) y Daniel Tena Parera en Diseño gráfico y comunicación (Editorial Pearson. Madrid. 2005)

** Entiéndase por artesano digital la persona que posee altos conocimientos a nivel técnico y operacional de software de diseño, pero que no posee suficientes conocimientos conceptuales y metodológicos del diseño gráfico. Según: Interpretación de los autores basados en nociones aprendidas durante la carrera.

*** Enfrontar. tr. Llegar al frente de algo. Según: Diccionario de la lengua española. 22 ed. [CD-ROM]. Madrid, Real Academia Española. 2001.

editorial desde la planeación misma del proyecto, para así y por medio de un verdadero trabajo multidisciplinar, dar orden y metodología a través de los Manuales de Estilo Editorial y Estilo Gráfico.

1.2. PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo se aplican los elementos morfosintácticos y cuáles son sus correspondientes morfosemánticos presentes en el diseño y la producción de un medio impreso periodístico universitario, a través de sus diferentes etapas, para responder adecuadamente a las necesidades comunicacionales del emisor, el producto mismo y sus lectores?

1.2.1. Sub Preguntas

- a. ¿A través de qué estructuras y elementos gráficos se caracteriza un medio impreso periodístico universitario?
- b. ¿Cuáles son las etapas de diseño y producción de un medio impreso periodístico universitario?
- c. ¿Cuáles son las necesidades comunicacionales de la Universidad Autónoma de Occidente (Sala de Periodismo de la Facultad de Comunicación Social) como emisor de “El Giro” como producto impreso en relación a su grupo objeto?
- d. ¿Cuáles son los criterios y metodologías adecuadas para desarrollar y aplicar parte de las Políticas Editoriales y las Políticas Gráficas en el diseño, la producción y publicación de “El Giro”?
- e. ¿Cuáles son y cómo funcionan las tácticas y pautas para la adecuada aplicación de las Políticas Editoriales y Gráficas de “El Giro”?
- f. ¿Cuáles son los alcances comunicacionales* a nivel gráfico-visual existentes al interior de “El Giro”, en relación a su legibilidad, lecturabilidad, reconocimiento e impacto visual y fático frente al usuario final?

* Entiéndase comunicacionales como un adjetivo que indica: relativo o perteneciente a la comunicación.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar las existentes y aplicar nuevas políticas editoriales y gráficas al medio periodístico impreso “El Giro”, resolviendo las necesidades de procesos oportunos, ordenamiento de la información y diagramación de la misma, para permitir su reconocimiento y aceptación en el público objetivo.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Identificar las políticas editoriales y gráficas existentes en “El Giro”.
- b. Evaluar de forma práctica los procesos involucrados en el diseño, producción y publicación de “El Giro”.
- c. Evaluar las variables comunicacionales de impacto, visualidad y lecturabilidad en la relación Emisor \Leftrightarrow Lector de “El Giro”.
- d. Identificar, normativizar y aplicar las herramientas necesarias para un adecuado proceso de interacción multidisciplinar al interior de “El Giro”.

3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación busca proponer una solución a una serie de falencias morfosintácticas y morfosemánticas que están presentes al interior del medio impreso periodístico “El Giro”, de la Facultad de comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente, al mismo tiempo que reafirma la necesaria participación del Diseñador Gráfico en su planeación, diseño y producción.

Es decir, habiendo identificado las falencias procedimentales, morfológicas, metodológicas, y estructurantes presentes al interior de la publicación universitaria impresa “El Giro”, y a través de herramientas de análisis morfosintácticas y sus generalidades morfosemánticas, se diseña una propuesta de Manual de Estilo Editorial, el Manual de Estilo Gráfico y el Manual de Procedimientos, que no sólo dan solución a dichas falencias, sino que al mismo tiempo propongan una metodología que permita enfrentar posibles dificultades a futuro.

Por tal motivo, se comienza un momento de exploración teórica y práctica, que permite identificar los elementos determinantes en la praxis periodística relevantes en el Diseño Gráfico y que, desde las políticas editoriales, fundamenten el uso comunicacional de los recursos gráficos, para implementar una guía de función del Diseñador Gráfico y del Periodista, respecto al trabajo multidisciplinar en beneficio de la comunicación efectiva de mensajes y de contenidos.

Ahora bien, solucionadas las variables proyectuales de orden, método y estructura por medio de los manuales, se identifican falencias comunicacionales en torno al público objeto, y la percepción que tiene este de “El Giro”. Iniciando así un tercer momento de exploración teórica y práctica en donde, por medio de análisis morfosintácticos y las correspondientes morfosemánticas abonadas a entrevistas significativas, se obtienen parámetros conceptuales y morfológicos para redefinir las políticas editoriales y gráficas del medio impreso “El Giro” plasmándolos en una propuesta de diseño (rediseño).

Al final, se establece de manera evidente, la función del Diseñador Gráfico en un proyecto editorial, que a través del diseño y ejecución de Manuales de Estilo Editorial, Gráfico y Procedimental en una cooperación multidisciplinar, permite el ordenamiento, estructuración, planeación, producción, montaje y publicación de un medio impreso periodístico universitario que cumple con todas sus funciones y satisface las necesidades comunicacionales de manera efectiva y beneficiosa tanto para el productor, como para el lector.

En definitiva, queda propuesto un flujo de trabajo conceptual y metodológico, no sólo para “El Giro” —caso de estudio—, sino para cualquier publicación mediática que cumpla con las condicionantes propias de un proyecto editorial, como es el caso de los periódicos impresos universitarios del país.

4. MARCO CONTEXTUAL

4.1. EL 'PAPEL' PERIÓDICO UNIVERSITARIO

Como se menciona anteriormente, existe en la actualidad una tendencia por parte de las facultades de Comunicación Social y Periodismo del país a abrir espacios académicos en los cuales poner a prueba las habilidades y competencias periodísticas de sus futuros egresados. Sin embargo, esta idea no es tan descabellada como se ha planteado hasta ahora en este documento.

La idea de un periodismo universitario que cuenta con la frescura y excentricidad de los jóvenes y la rigurosidad periodística que cada facultad promueve para sí, es un concepto fascinante; es el periodismo deseado por muchos.

No obstante, la inexperiencia de los jóvenes estudiantes y la falta de metodologías completas, sumada a un presupuesto reducido por la falta de pauta publicitaria, desembocan en periódicos que no responden del todo a las funciones del medio impreso ni a las necesidades propias de la Facultad a la que representa, y por lo tanto, terminan siendo productos deficientes, mas no por su contenido, sino por su proceder. Es decir, independientemente de que tan bien investigado y redactados estén los artículos, si el usuario final no lo lee, no servirá de nada y no habrá cumplido ninguno de sus objetivos, ni siquiera los periodísticos.

4.2. TRABAJANDO EN CASA

Así pues, en el contexto universitario mencionado (Universidad Autónoma de Occidente) existió el grupo estudiantil (Sala de Periodismo), con intención multidisciplinar* que contaba solo con la presencia de estudiantes de Comunicación Social – Periodismo para la elaboración de un periódico universitario, de dos ediciones semestrales. Se habla de “El Giro” impreso.

4.2.1. Caso de estudio. La selección del caso de estudio está justificada por la metodología misma cómo se desarrolla esta investigación. En un primer momento, los investigadores entran a ser parte del grupo estudiantil Sala de Periodismo para participar voluntariamente en sus procesos, especialmente en El Giro impreso. A partir de aquí, surge la necesidad de esta investigación y por lo tanto el caso de estudio queda autodefinido.

* Multidisciplinar. adj. Que abarca o afecta a varias disciplinas.

5. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

5.1. PRINCIPIOS CONCEPTUALES Y PRÁCTICOS DE DISEÑO GRÁFICO

A continuación se hace referencia a los principios conceptuales y prácticos de Diseño Gráfico y se aclara su concepto según se implementan en este documento.

5.1.1. Legibilidad*. Según el Diccionario de la Real Academia Española¹, la legibilidad es la cualidad de ser leído; sin embargo en el Diseño Gráfico, la legibilidad es la cualidad que tiene una pieza gráfica de ser reconocible, tanto en sus partes como en su conjunto. Y aunque inicialmente se asocia a la selección tipográfica, en donde las características formales repercuten en su facilidad de lectura continua, el concepto se extiende hasta la capacidad que tienen los elementos dispuestos en una pieza gráfica de ser distinguidos y reconocidos en su forma.

5.1.2. Lecturabilidad*. Es la capacidad que tiene una pieza gráfica de ser leída e interpretada, no solo en su forma sino también en el significado conceptual y contextual, ya sea implícito o explícito. En otras palabras, es la capacidad que tiene una pieza gráfica de presentarse al público de manera tal que su interpretación sea lo más fiel posible al mensaje que el autor desea comunicar.

Es esta también una característica fundamental en los medios impresos, ya sean editoriales o paraeditoriales, por ser el elemento tipográfico dominante en comparación con los demás elementos diagramados en la caja gráfica. En este caso la lecturabilidad es la capacidad que tiene la pieza de invitar al lector a seguir leyendo.

5.1.3. Lenguaje bimedia. Según Joan Costa² el lenguaje bimedia se define lenguaje bimedia como la relación imagen–texto, y su relevancia en la intención comunicativa del mensaje emitido. Es el lenguaje básico de la comunicación visual y el resultado de la interacción ordenada y expresiva entre la imagen y el texto (mensaje icónico y tipográfico).

* Fuente: Contenido programático de clase Tipografía Creativa II del programa Diseño de la Comunicación Gráfica. Docente Ricardo Castro Ramos, Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali, 2007.

¹ Diccionario de la lengua española. 22 ed. [CD-ROM]. Madrid: Real Academia Española, 2001.

² COSTA, Joan. Diseñar para los ojos [en línea]. España: Google Books, 2003. [Consultado 5 de mayo de 2008]. Disponible en internet: <http://books.google.es/books?id=aod9tjaeabcC&printsec=frontcover#PPA12,M1>

5.1.4. Composición. Considerando las exposiciones del Docente Ricardo Castro³ se entiende por composición las estructuras conceptuales que permiten generar orden y jerarquía en la información y como se implanta en la caja gráfica . De la composición dan cuenta todos los conceptos y teorías relacionadas en la diagramación como técnica de autoedición.

- **Diagramación.** Es esta la distribución de los elementos del mensaje bimedia en la caja gráfica, desde sus características morfológicas, según su jerarquía e importancia en la construcción de la estructura de la página y/o formato.

5.1.5. Color y Gama cromática. En el sitio de Cfurrianca⁴ se define el color y la gama cromática como elementos que definen el carácter de la información. El color tiene por mucho, la capacidad de generar sensaciones según su tono, apelando a códigos ya establecidos de información. Se puede entender el color y la gama cromática desde tres perspectivas, definidas por la percepción que tiene el ojo del hombre, y lo que este código le significa: el color denotativo, que es el que perciben los ojos de manera natural y directa del mundo real; el color connotativo, es el que se aplica por concepto o contexto, en relación a las sensaciones que provoca en el espectador; y el Color Esquemático, como simplificación de los colores aplicados normativamente a signos y símbolos.

Mediante la aplicación de lo anterior se generan códigos cromáticos en relación a la intención comunicativa del medio impreso. El código cromático responde a la propuesta establecida de color, dando sentido y coherencia a la correlación de los elementos presentes y participantes del impreso.

5.1.6. Elección Tipográfica. Dicha selección está determinada por características funcionales que deben cumplirse en relación a los criterios de legibilidad y lecturabilidad, resultantes de las condicionantes a las que el medio impreso responde y las características formales de la tipografía, cumpliendo a su vez con los requerimientos estéticos y funcionales de la composición.

El código tipográfico por su parte, está dado por las jerarquías de los componentes lingüísticos y el manejo de éstos. Este código se formaliza, en el mismo momento en el que el lector entiende que según las diferentes aplicaciones tipográficas, como el valor (altura en unidades x y grosor del carácter), así mismo será su equivalente jerárquico frente a la información presente.

³ Notas de Clase del curso Taller de Diseño IV del programa Diseño de la Comunicación Gráfica. Docente Ricardo Castro Ramos, Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali, 2007.

⁴ La caja gráfica es el espacio físico de una pieza gráfica del que se dispone para componer el diseño, ya sea por condicionantes técnicas o conceptuales. Según: Nota de los autores.

⁴ Código Cromático [en línea]. España: Cfurrianca, 2006. [Consultado 28 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://cfurrianca.wordpress.com/2006/11/04/codigo-cromatico/>

- **Tipovisión y Tipolectura.** Se entiende la tipovisión y la tipolectura como conceptos relacionados a los géneros editoriales, pues según la intención comunicativa del medio impreso, así mismo será definida su lectura en uno de estos dos conceptos: la tipolectura y la tipovisión. Así como nos sugiere Óscar Bagur:

“en el primer caso nos referimos a las lecturas más "libres", ya sea continua, como las novelas, o discontinua, como los diccionarios. Y en el segundo en los productos del campo de la ilustración, como carteles, etiquetas... Como subclasificación podemos establecer el criterio del trazo con el cual se realiza el carácter, que es uno de los factores más rápidos de apreciar. (...) Los tipos que clasificamos dentro de la tipovisión (con gracia: renacentistas, barrocos, neoclásicos, románticos; sin gracia: realistas, geométricos, líricos modernos y postmodernistas) no son aptos para los usos de la tipolectura. En cambio los tipos clasificados dentro de la tipolectura (inscripciones: de inscripciones romanas, de escritura, medievales, decorados, pintados, modernistas y de construcciones) sí pueden ser utilizados en la tipovisión, de hecho, y pasa habitualmente, se demuestra que son tipos muy bien diseñados, casi inmortales, sólo proscritos temporalmente por los gustos estéticos de una época. No olvidemos en absoluto que los del primer grupo nacieron con la imprenta -y se han pensado siempre para este medio- y los segundos son o anteriores o posteriores, ejecutados directamente con la mano, con algún utensilio, pero no mecanizados, pensados para la ilustración.”⁵

Se entiende entonces que la Tipovisión es el paso raudo de la vista por los caracteres tipográficos, entendiendo a cabalidad el mensaje sin necesidad evidente de releer. En contraste la Tipolectura, es el paso detallado y preciso por un afluente de texto que propone una considerable cantidad de tiempo para entender totalmente el mensaje.

5.1.7. Línea gráfica. Es la correlación conceptual y estética de todos los lenguajes anteriormente mencionados (color, tipografía, diagramación, composición) en torno a un medio impreso, que responde a propósitos comunicacionales específicos y que dan identidad y ritmo a la lectura de una pieza gráfica*.

⁵ BAGUR, Óscar. Tipografía. Dues Mostres Lleidatanes [en línea]. España: menorcaweb.net, 2003. [Consultado 8 de mayo de 2008]. Disponible en internet: http://www.menorcaweb.net/oscarbagur/tipografia/oscarbagur_arts18.pdf

* Según: Nota de los autores.

5.2. LOS GÉNEROS EDITORIALES

Según Daniel Tena,⁶ un impreso o proyecto editorial debe considerarse como una obligación en el momento de enfrentar el proceso de realización de un producto editorial. En él, se entiende la labor del Diseñador Gráfico como la de ser el mediador entre los elementos lingüísticos que en el producto editorial se consignan, y los recursos gráficos construidos a partir de las necesidades comunicacionales del público al que se dirige.

Sin embargo, esta mediación varía según sea el género editorial al que pertenece el impreso, apelando de esta manera a una tipología en la cual se clasifican los medios impresos así: impresos editoriales (libros), impresos paraeditoriales (periódicos, revistas, etc.) e impresos comerciales (tarjetas, folletos, afiches, etc.).

En consecuencia, los medios impresos periodísticos universitarios se ubican dentro de los impresos paraeditoriales, que a su vez, se definen como un punto medio entre el impreso editorial y el comercial, conservando características de ambas partes, como la estructura material (compaginación en cuadernillos y orden de lectura) del impreso editorial, y la materialidad física (función fática) y escala antropométrica* del impreso comercial, pero cuya principal característica es la periodicidad (temporalidad) de su publicación, permitiendo y reforzando el uso de una línea gráfica.

5.2.1. Selección del papel como soporte. Una característica importante de los impresos paraeditoriales es el papel o soporte físico, ya que según sea la intención comunicacional, el público al que está dirigido, su periodicidad y distribución, así mismo deberá escogerse las características del papel para que el impreso logre generar una sensación táctil y visual adecuada y contribuya de esta forma a cumplir las funciones de los medios impresos, especialmente la función fática, poética y estética (véase Las Funciones del Medio Impreso, más adelante).

Con respecto a lo anterior, Edmund Arnold⁷ en Diseño Total de un Periódico opina que, frente a lo que aquí entendemos un impreso paraeditorial, si no tiene un ritmo de publicación diaria, entonces “el papel periódico no es la mejor opción pues es el papel de impresión más barato, (...) además, aunque el papel periódico parece

⁶ TENA PARERA, Daniel. Diseño gráfico y comunicación. Madrid: Editorial Pearson, 2005. p. 131.

* Entiéndase Medida Antropométrica, como la relación de tamaño del medio impreso (formato y orientación), con respecto a la lecturabilidad posible del observador, y la distancia perceptual de visualización y manipulación física. Según: Notas de Clase del curso Taller de Diseño IV del programa Diseño de la Comunicación Gráfica. Docente Ricardo Castro Ramos, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali. 2007.

⁷ ARNOLD, Edmund C. Diseño Total de un Periódico. 3 ed. México: Editores Asociados Mexicanos, 1989. p. 11.

uniforme a simple vista, visto microscópicamente resulta tan desigual y tan duro como la madera con la que fue hecho”⁸.

Finalmente, se entiende la clasificación de Daniel Tena⁹, como una categorización general de los Medios Impresos, abordada desde sus características sintácticas y semánticas. Sin embargo es necesario clasificar también el caso de estudio en una tipología que parta desde la clasificación morfológica (paraeditorial), y sub-clasifique el medio impreso según su contenido.

5.3. EL PERIODISMO DE PERIFERIA Y EL DISEÑO DE PERIFERIA

Así como dice Mario García¹⁰, en las grandes ciudades, los periodismos pueden clasificarse como centrales o de periferia. En donde los centrales cubren los hechos noticiosos a nivel nacional, mientras que los de periferia los cubren a nivel local e incluso a nivel de comunidad (barrio, comuna).

Este fenómeno se desarrollo gracias a que los ciudadanos de estas grandes ciudades se desenvolvían en una contradicción llamada “cosmopolitanismo frente a parroquianismo” pues trabajaban en el centro de la ciudad enfrentándose a las noticias nacionales que afectaban su entorno, pero en la noche se dirigían a sus casas ubicadas en los suburbios de la ciudad donde encontraban un sentido de identidad y privacidad superior. Así los lectores sentían la necesidad de conocer los hechos que acontecían en su comunidad “privada”.

Así pues, al tomar este concepto en espacios urbanos nacionales, donde las dimensiones de las urbes no permiten la existencia de esta topología de periódicos, lo replanteamos como el conjunto de medios impresos periódicos, que por su naturaleza temática y comunicacional traten la noticia a nivel de comunidad, entendiéndose esta como un grupo socio-cultural, sub-urbano, sin límites espaciales.

Es decir, que para esta investigación, un periódico de periferia es aquel que está dirigido a un grupo de personas con características socio-culturales similares (como trabajadores, agricultores, empresarios, universitarios o deportistas, entre otros) y que manejen la noticia a un nivel focalizado a este grupo.

Habiendo identificado la tipología clasificatoria del caso de estudio, desde sus características sintácticas, semánticas y de contenido, se procede a analizar el

⁸ ARNOLD, Op. cit., p. 11.

⁹ TENA PAREIRA, Op. cit., p. 136.

¹⁰ GARCÍA, Mario R. Diseño y Remodelaron de un Periódico. España: Ediciones Universidad de Navarra, 1984. p. 68.

caso de estudio y la muestra referenciada (véase Tabla 1. Metodología de investigación, p.35)

5.4. TEORÍA GENERAL DE LOS SISTEMAS (TGS)

La teoría general de los sistemas o TGS como también se conoce, fue propuesta por primera vez a mediados del siglo XX por el biólogo austriaco Ludwig von Bertalanffy, en un esfuerzo de encontrar las propiedades comunes a los sistemas, que se presentan en todos los niveles de la realidad, pero que son objeto tradicionalmente de disciplinas académicas diferentes. En resumen, la TGS brinda herramientas de investigación prestadas de las ciencias naturales a cualquier otra disciplina que así lo requiera.¹¹

En general, un sistema es, según Evelin Fernández¹², "un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes que forman un todo complejo o unitario", pero más importante aún, es un "conjunto de elementos interconectados para formar un todo que presenta propiedades y características propias que no se encuentran en ninguno de los elementos aislados".

Levi-Strauss opina por su parte que la actividad disociativa del entorno a través del análisis TGS es propia de la naturaleza del hombre, al pasar de la pluralidad (paradigma) a la unidad (sintagma), del caos al orden. Es inherente al hombre en la medida en que se apropia del mundo (paradigma) al percibirlo (reconocerlo), enunciarlo (nombrarlo) y relacionarlo (agruparlo – jerarquizarlo).

Ahora bien, sí se suma a todo esto que los sistemas pueden ser abstractos, es decir "compuestos por conceptos, planes, hipótesis e ideas"¹³. Al aplicar la TGS como aproximación analítica, contamos entonces con una herramienta de análisis morfosintáctico que no solo identifica, sino que también clasifica, ordena y jerarquiza la estructura sistémica del medio impreso y evidencia la relación de sus partes, mediante la fórmula: Sistema>Unidad>Componente>Elemento; permitiendo sin lugar a duda la comprensión profunda del sistema (medio impreso como paradigma).

¹¹ COLABORADORES DE WIKIPEDIA. Teoría de sistemas [en línea]. España: Wikipedia, La enciclopedia libre, 2008. [Consultado 12 mayo de 2008]. Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_sistemas

¹² FERNÁNDEZ, Evelin. Teoría de Sistemas [en línea]. Ciudad Guayana: Monografías.com, 2004. [Consultado 5 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos15/teoria-sistemas/teoria-sistemas.shtml>

¹³ SOLANO, Ronald. Teoría de Sistemas [en línea]. Buenos Aires: Monografías.com, 2002. [Consultado 7 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos11/teosis/teosis.shtml>

Así, se procede a implementar esta herramienta de análisis morfosintáctico a las diferentes ediciones del caso de estudio y la muestra referenciada, para determinar la caracterización gráfica y morfológica de cada uno como medio impreso, y por lo tanto hacer un acercamiento a las nociones morfosemánticas de los mismos.

De esa manera se realiza un acercamiento a características particulares resultantes de la dinámica a desempeñar por el medio impreso, siendo esta una dinámica supeditada por el tipo de público al que se dirige. Estas características que le dan carácter al medio impreso, apelan a la calidad y claridad del mensaje y todos sus elementos, orientados al proceso de comunicación.

5.5. LAS FUNCIONES DEL MEDIO IMPRESO

Entendiendo los componentes sintácticos del medio impreso, se da paso a un exploración de la calidad del mensaje referente a la relación comunicativa emisor – receptor, que deriva del ejercicio efectivo de las funciones del medio impreso planteadas a partir de las funciones lingüísticas que propuso por Romand Jakobson¹⁴ basándose en los componentes acto sémico (emisor, mensaje, código, contacto, receptor), que después sintetizaría Pierre Giraud en La Semiología (ed. Siglo XXI, 1979) y de donde se extrapolan al medio impreso, así¹⁵:

5.5.1. Función referencial. En donde se destaca exclusivamente la función de referir o comunicar objetivamente un mensaje. En este orden de ideas, todos los medios impresos cumplen esta función, ya que todo lo que pueda ser leído (visualmente) hace referencia a algo.

5.5.2. Función emotiva. Esta función manifiesta subjetivamente la intención del emisor, sea intencional o no. La función emotiva de la caratula de un cuaderno donde hay una modelo vestida de colegiala, no es necesariamente la función referencial de estudio.

5.5.3. Función connotativa. Esta función se refiere a la motivación o acción que el emisor desea movilizar en el receptor. En otras palabras, ¿qué quiere el emisor que piense o haga el receptor?

¹⁴ DINAMARCA LECAROS, América. Las funciones del lenguaje según Roman Jakobson [en línea]. Chile: BlogSpot, 2007. [consultado 2 mayo de 2008]. Disponible en internet: <http://aprendelenguaje.blogspot.com/2007/03/las-funciones-del-lenguaje-segn-roman.html>

¹⁵ Guía de clase “Las Funciones del Medio Impreso” del curso ‘Taller de Diseño IV’ del programa Diseño de la Comunicación Gráfica. Docente Ricardo Castro Ramos, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali. 2007.

5.5.4. Función poética o estética. Esta función identifica los tratamientos estilísticos con los que el emisor cargó al impreso para crear un sello editorial o identidad. Va desde el formato, los colores, el papel y acabados, etc.

5.5.5. Función fática. Es el medio por el cual la comunicación es reafirmada, conservada o detenida. Es decir, hace referencia a los elementos gráficos y físicos con los que el impreso se mantiene en el tiempo o detiene su comunicación. Por ejemplo, un las tarjetas personales tienen al reverso un calendario, así las personas la guardan y releen cada vez que consultan el calendario; o también, si se imprime una carpeta en papel fino, con filtros y colores llamativos y tintas especiales, la persona lo guardará por su valor estético; o por el contrario, si un impreso, intencional o no, posee características que lo obliguen a ser tirado, entonces interrumpe la comunicación. Por ejemplo, las manillas que te ponen al entrar a parques de diversiones, estas se dañan al quitárselas.

5.5.6. Función metalingüística. Son los códigos que se emplean, además del lenguaje principal, para apoyar la comunicación. Por ejemplo una invitación a una fiesta temática militar, tendrá la hora en formato 24h como es usual en la milicia.

5.6. LA RETÓRICA DE LA IMAGEN

Después de haber planteado los análisis morfosintácticos (TGS) del medio impreso, y entender su relación con el público al que se dirige, se debe hacer un acercamiento a su significado; para ello Roland Barthes en Retórica de la Imagen¹⁶, propone el análisis de las imágenes entendiéndolas como elementos simbólicos polisémicos, que poseen al mismo tiempo un significante referencial o denotativo y un significado codificado o connotativo, en donde el significante hace referencia al objeto mismo —por ejemplo el pictograma de una silla— y el significado varía según el contexto cultural o personal del receptor —por ejemplo, el pictograma de una silla en un aeropuerto significa, sala de espera; mientras que en una mueblería significa venta de sillas—.

En este orden de ideas, se pueden identificar tres mensajes en una imagen: el mensaje lingüístico, el mensaje denotativo y el mensaje connotativo.

5.6.1. El mensaje lingüístico. Apela a la interrelación texto-imagen, donde ambos elementos se presentan como unidad y complementan el significado. El mensaje lingüístico tiene dos funciones: de anclaje y de relevo.

¹⁶ BARTHES, Roland. Retórica de la Imagen [en línea]. Francia: Université de Metz, 2005. [Consultado 7 de abril de 2008]. Disponible en internet: http://fgimello.free.fr/enseignements/autres_enseignements/roland_barthes.htm

En el anclaje, el texto puede identificar expresamente el contenido de la imagen, reafirmando la intención del emisor, o puede interpretar el contenido de la misma, evitando que el receptor divague en sus propias interpretaciones connotativas.

En el relevo, el texto aporta significado a la unidad, que la imagen sola no posee. Es más usado en las tiras cómicas, historietas y dibujos humorísticos.

5.6.2. El mensaje denotado. “Constituye un mensaje privativo, constituido por lo que queda en la imagen cuando se borran (mentalmente) los signos de connotación” que le aporta el receptor. Despojada utópicamente de sus connotaciones, la imagen se volvería radicalmente objetiva, es decir, inocente y sin mayor repercusión comunicativa.

5.6.3. El mensaje connotado. Es el mensaje simbólico o cultural, donde se apela a la experiencia contextual del receptor para que este pueda hacer una correcta interpretación de la imagen.

Pertencen a este mensaje las figuras retóricas, que si bien se constituyen a partir de un inventario bastante basto, se puede sin embargo, encontrar en ellas alguna de las figuras ya señaladas por los antiguos y los clásicos (como la metáfora o la metonimia)

Así, y mediante el sondeo general de lo semántico, partiendo de los análisis morfosintácticos (TGS) y las unidades principales del mismo, se identifican las políticas gráficas de la muestra referencial y de El Giro, si las hay, y se proponen nuevas en los Manuales de Estilo, además de plantear las nuevas, para la propuesta de rediseño de El Giro.

5.7. ORDENES DE LECTURA

En el diseño editorial encontramos una serie de teorías acerca del modo como los lectores acceden a la página, la recorren y salen de ella, que han fundamentado la manera de diagramar un impreso.

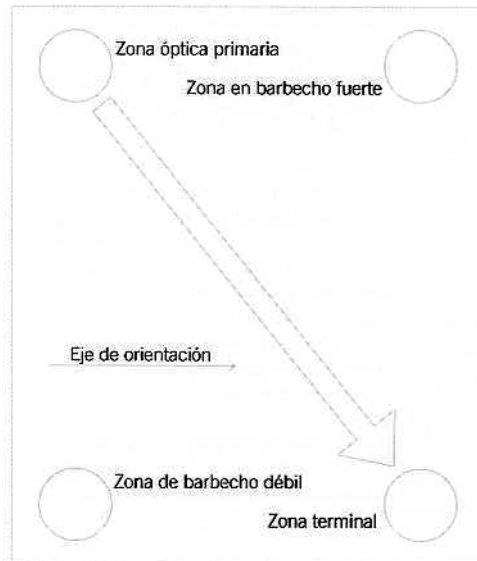
Estas teorías se agrupan en tres fundamentales: La Teoría Gutenberg, La teoría del Centro de Interés Visual y la Teoría de la Exploración Libre.

5.7.1. Teoría de Gutenberg. Esta teoría se resume en el Diagrama de Gutenberg¹⁷ (Véase Imagen 1. Teoría de Gutenberg, más adelante), que recoge el criterio con que el célebre impresor armó sus primeras páginas. Sin embargo hay que destacar que esta teoría es válida solo cuando los elementos de composición

¹⁷ LINDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. Principios Universales de Diseño. España: Blume, 2005. p. 100.

se hallen distribuidos de manera uniforme y homogénea, o si el diseño contiene mucho texto.

Imagen 1. Teoría de Gutenberg



Fuente: LINDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. **Principios Universales de Diseño.** España: Blume, 2005. p. 100.

- **Principal Área Óptica (POA).** Según el diagrama, en una página el punto de partida del lector es la esquina superior izquierda. Ahí está la Principal Área Óptica (POA). Allí el ojo, gracias al entrenamiento de la lectura occidental, de izquierda a derecha, se adentra a la página; y es desde ese punto donde debe atraparse mediante un Attention Compeller (algo que atraiga la atención).
- **Área Terminal (TA).** Cuando el ojo llega a la esquina inferior derecha, la página se ha terminado. Esta es el Área Terminal o TA. La progresión descrita anteriormente, se basa en la convención lineal de las lenguas latinas izquierda-derecha y arriba-abajo. Para las lenguas semíticas (hebreos y árabigos) el POA se localiza en la parte superior derecha y el TA en la parte inferior izquierda.
- **Gravedad de Lectura.** La lectura diagonal que se genera en el trayecto del POA al TA a menudo se denomina “gravedad de lectura”. El ojo no sigue su curso a lo largo de la diagonal como si estuviera caminando sobre una cuerda floja, sino que puede desviarse de su camino con gran facilidad, por lo que el diseñador coloca “imanes ópticos” para atraer al ojo hacia cada área de la misma.
- **Las Esquinas.** Las esquinas superior derecha e inferior izquierda, conocidas como “Fallow Corners”, requieren de una atención especial puesto que se trata de

no ‘ir contra la gravedad’ es decir, evitar distraer el ojo hacia la izquierda o hacia arriba, puesto que por la ‘gravedad de lectura’ el ojo prefiere dirigirse hacia abajo y hacia la derecha.

5.7.2. Teoría de Burrhus Frederic Skinner ¹⁸. En un artículo publicado en ‘Art Education’ (primavera de 1941) este notable psicólogo analiza el comportamiento de la mirada. Señala que una superficie uniforme no produce en el observador ninguna reacción en un sentido determinado. Sin embargo, dice, si colocamos encima un punto de contraste, puede decirse que se ha establecido un diseño rudimentario, porque casi inevitablemente el ojo se moverá en dirección al punto y se fijará allí, al menos durante algún tiempo.

- **Punto y plano.** Si en lugar del punto se coloca una letra capital en una página, el ojo del lector seguirá un comportamiento igual al descrito por Skinner. La letra capital ha despertado una atracción, ha generado un movimiento, y por lo tanto, se ha convertido en un CIV (Centro de Impacto Visual) concepto que explicaremos más adelante.
- **Dos puntos.** Skinner explica que si en el diseño se introduce un segundo punto, el efecto aumenta inmediatamente. ‘El ojo tiende en este caso a moverse de un punto a otro estableciendo dos constantes de diseño: dirección y distancia. En el momento que colocamos una segunda foto en la página creamos una competencia a la primera’¹⁹. Pero hay que situar la segunda foto en una posición estratégica que haga de la dirección y la distancia instrumentos funcionales que muevan la vista del lector a través de toda la página.
- **Centro de Impacto Visual (CIV).** Por último, Skinner afirma que si el diseñador aumenta el número de puntos, la repetición debilita el efecto del conjunto. En otras palabras, las páginas con sobreabundancia de fotos, cuyo parecido hace que se borren los elementos de dirección y distancia, estropean el diseño y hacen una injusticia a las fotografías.

Las observaciones de Skinner ayudan a comprender como el movimiento del ojo sobre una página impresa no empieza con una pauta determinada. En términos más sencillos, el lector no dispone de un itinerario fijo antes de que comience su viaje a través de la página. En consecuencia se le puede atraer primeramente a una zona de la primera página, a partir de la cual pueda actuar. Puede que mire de arriba abajo y de izquierda a derecha (el orden preferido), pero también puede dirigir la mirada de arriba y de derecha a izquierda.

¹⁸ GARCIA, Op. cit., p. 68.

¹⁹ ZORRILLA, Jesús. Principios de diseño periodístico. Madrid: Eunsa, 1999. p. 62-63

El lector, cuando encuentra un punto de interés en la página, se dirige a él antes que nada. Ese punto se convierte en un CIV, una estructura móvil cuyo objetivo es atraer la atención del lector, sea cual sea el lugar donde se coloque. El diseñador sitúa el CIV donde piensa que es más conveniente para animar al lector a seguir leyendo la página. Caben aquí soluciones tan variadas como el contenido de la página, pero en ningún caso puede aislarse el CIV del resto de la página. Debe diseñarse como una estructura gráfica destacada de forma que atraiga la máxima atención. Si aparece otra zona de la página en competencia con el CIV, se confunde al lector con las demandas gráficas que se ejercen sobre él. En otras palabras, debe haber un solo CIV por página, sin otros elementos que debiliten su efecto.

5.7.3. Teoría de la Exploración Libre. En esta teoría, el acceso del lector a la página se da en dos momentos. El primero, llamado el scanning process, es la percepción global de la página, en donde a la vez que se escudriña los elementos de exposición (titular, ventanas, fotos, etc.) se decide entrar o no entrar al texto y por dónde. Y aquí empieza el proceso de lectura específica en donde el ojo recorre, como un péndulo cada línea o renglón de lado a lado en cada columna.

Este proceso fue comprobado en 1990 por Norbert Küpper²⁰, quien realizó una investigación, en la que registraba de manera precisa las pausas de fijación para constatar exactamente “cuáles son las partes del periódico que se ha leído y cuáles no”. En esta investigación, Norbert pudo determinar que no hay un libreto preestablecido en las personas en el momento de leer un periódico, más si existen pautas de comportamiento.

Como se mencionó antes, el ojo realiza dos lecturas, en el primer escaneo, el ojo busca primero las imágenes o espacios grandes y los titulares de más de 36 puntos en promedio. Luego observa rápidamente los demás elementos y prosigue con la lectura.

Es importante recalcar que la mayoría de las personas (cerca del 57%) interrumpe la lectura de un artículo y no regresa para terminarla. Esto quiere decir que un artículo corto bien diagramado y con buen soporte fotográfico tendrá más oportunidades de ser leído que uno largo y sin ilustraciones.

En este orden de ideas, se identificó los artículos con un titular grande y llamativo, con inter-títulos, con aligeramiento del cuerpo de texto con ilustraciones, gráficos o destacados, y de temas de interés para el lector, tuvieron más lecturas parciales y totales que otros artículos.

²⁰ KÜPPER, Norbert. Grabación de la mirada: Investigación del comportamiento del lector al leer periódicos [en línea]. Meerbusch, Alemania: Editorial-Design, 1990. [consultado 11 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://www.editorial-design.com/leseforschung/Grabaciondelamirada.pdf>

6. METODOLOGÍA

La metodología que se aplica en esta investigación, se divide claramente en seis Momentos, atravesados simultáneamente por una línea conceptual y una práctica.

Debido a su naturaleza, basado en principios teóricos y empleando métodos de recolección de datos (no cuantitativos) mediados por la participación objetiva en el entorno (contexto) y sus actores se considera una metodología cualitativa²¹ con un enfoque empírico-analítico²² al basarse en la experiencia como principal herramienta y permitir la incorporación de nuevos conocimientos y procedimientos con el fin de lograr mejores resultados.

En casi todos los momentos se identifica un problema o pregunta, un proceso de investigación y uno de producción, y un resultado o resultados. Permitiendo de esta manera la resolución satisfactoria de toda la investigación, de manera ordenada y jerarquizada conceptual y cronológicamente.

Véase Tabla 1. Metodología de investigación, en la siguiente página.

6.1. MOMENTO CERO

El Momento Cero inicia con el ingreso de los investigadores al grupo estudiantil Sala de Periodismo, en respuesta a sus propios cuestionamientos profesionales frente a las funciones del Diseñador Gráfico en el diseño y producción editorial, de un medio impreso como “El Giro”.

Durante este período de tiempo, los investigadores identifican en la práctica, falencias en los procesos y los conceptos que rodean la publicación, que van desde el reconocimiento conceptual del producto (definición del mismo en su tipología paraeditorial y como medio impreso. Véase Imagen 5. Contexto comunicacional y procedimental al caso de estudio, p.45), pasando por procesos logísticos, hasta las políticas en general que posibilitan desde la redacción hasta la composición e impresión del producto final.

²¹ COLABORADORES DE WIKIPEDIA. Investigación cualitativa [en línea]. España: Wikipedia, La enciclopedia libre, 2008. [consultado 21 de junio de 2008]. disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cualitativa

²² COLABORADORES DE WIKIPEDIA. Método empírico-analítico [en línea]. España: Wikipedia, La enciclopedia libre, 2008. [consultado 21 de junio de 2008]. disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo_emp%C3%ADrico-anal%C3%ADtico

Frente a esta situación, los investigadores reconocen la existencia de un problema y de un caso de estudio: La evidencia un abismo marcado, entre las prácticas conceptualmente necesarias en el desarrollo de un proyecto editorial (Academia), y las prácticas reales que se llevaban a cabo en este espacio académico (Realidad) (véase Momento Cero en Tabla 1. Metodología de investigación. p.36)

Se inicia entonces el proceso de investigación y análisis teórico-práctico que marcan el comienzo real de esta investigación.

6.2. MOMENTO UNO

En este momento de la metodología, se realiza el rastreo bibliográfico y webgráfico de los conceptos, teorías y metodologías necesarias en el proceso de hacer un periódico, que claramente es identificado como un proyecto editorial académico.

6.2.1. La muestra recolectada. Inicialmente se realiza la recolección de una serie de ejemplares de medios impresos, que responden a las características morfológicas y generalidades conceptuales de “El Giro” a nivel nacional. La muestra recolectada es (véase Imagen 2. Muestra recolectada y muestra referenciada, en la página 37):

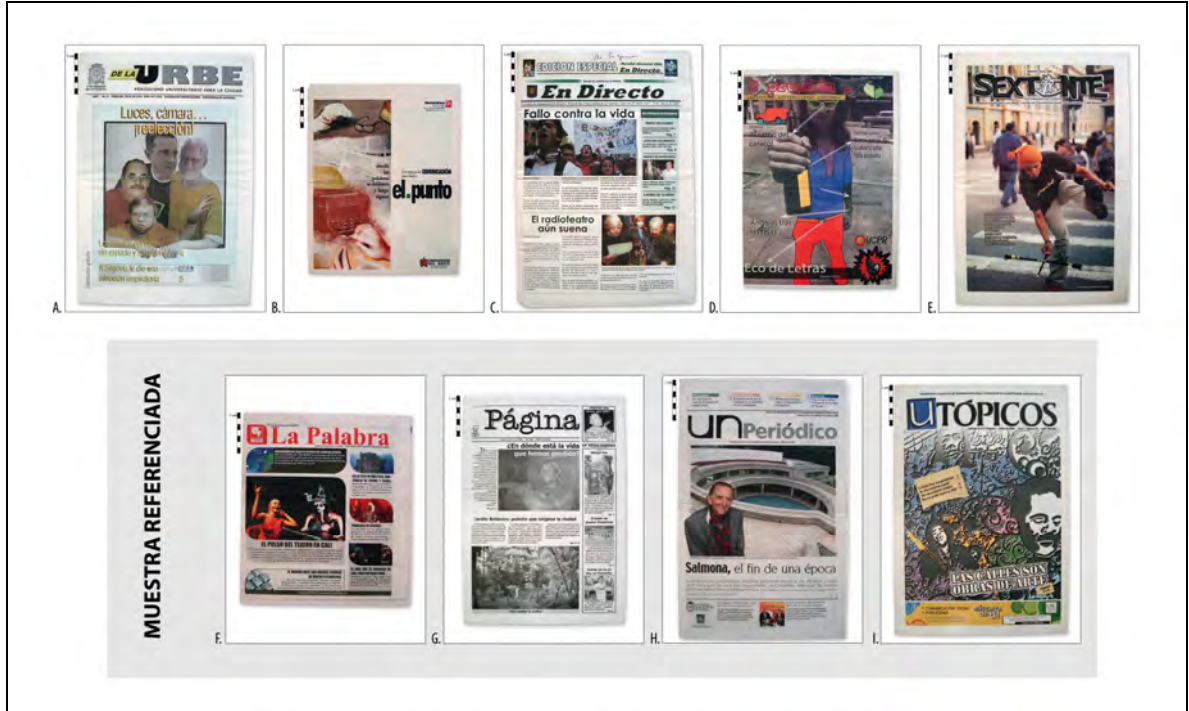
- a. “De La Urbe” de la Universidad de Antioquia (Medellín)
- b. “El Punto” de la Universidad del Norte (Barranquilla)
- c. “En Directo” de la Universidad de la Sabana (Bogotá)
- d. “Expresión” de la Universidad Católica Popular de Risaralda
- e. “Sextante” de la Fundación Universitaria Luis Amigó (Medellín)
- f. “La Palabra” de la Universidad del Valle (Cali)
- g. “Página” de la Universidad de Manizales (Manizales)
- h. “UN Periódico” de la Universidad Nacional de Colombia (Bogotá)
- i. “Utópicos” de la Universidad Santiago de Cali (Cali)

Tabla 1. Metodología de investigación

	MOMENTO CERO (6.1)	MOMENTO UNO (6.2)	MOMENTO DOS (6.3)	MOMENTO TRES (6.4)	MOMENTO CUATRO (6.5)	MOMENTO CINCO (6.6)
LÍNEA TEÓRICA	Participación voluntaria en un espacio multidisciplinar en comunicación [Sala de Periodismo] (2006-2)	<p>(6.2.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Rastreo y recolección de información documental de diferentes medios impresos paraeditoriales (periódicos internacionales, nacionales y universitarios) (6.2.1) Consulta bibliográfica y webgráfica sobre diseño de periódicos y otros aspectos generales de diseño (6.2.4) 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis morfosintáctico y sondeo general de lo morfosemántico de la muestra de referencia (6.3.1)[Anexo 1, parte 1] Análisis morfosintáctico y sondeo general de lo morfosemántico de las diferentes ediciones del caso de estudio (6.3.1)[Anexo 1, parte 2] <ul style="list-style-type: none"> - El Giro 1 - El Giro 2, 3 y 4 - El Giro 5 y 6 - El Giro 7, 8, 9 y 11 (Manuales aplicados) 	<ul style="list-style-type: none"> Conclusiones de la identidad gráfica obtenida de las versiones 7, 8, 9 y 11 de "El Giro" impreso frente al grupo objetivo Referencias teoricas 	(resultados del momento tres)	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación y seguimiento de la nueva propuesta Ajustes pertinentes Creación de los Manuales de Estilo Editorial, Gráfico y Procedimientos, para la nueva propuesta (basados en los Manuales previos)
LÍNEA PRÁCTICA		<p>CONFRONTACIÓN CONCEPTUAL Y PRÁCTICA [ACADEMIA VS. REALIDAD] (PROBLEMA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Rastreo y recolección de la muestra (periódicos universitarios a nivel nacional e historicos de "El Giro" impreso) (6.2.1) <ul style="list-style-type: none"> - "Expresión" - Universidad Católica Popular de Risaralda - "En Directo" - Universidad de la Sabana (Bogotá) - "El Punto" - Universidad del Norte (Barranquilla) - "Sextante" - Fundación Universitaria Luis Amigó (Medellín) - "De La Urbe" - Universidad de Antioquia - "El Giro" ediciones de la 1 a la 11 Selección de la muestra de referencia (6.2.2) <ul style="list-style-type: none"> - "Un Periodico" - Universidad Nacional de Colombia (Bogotá) - "Utópicos" - Universidad Santiago de Cali - "La Palabra" - Universidad del Valle - "Página" - Universidad de Manizales "El Giro" (6.2.3) Ediciones del 1 a la 9 y la 11 <p>IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA [CASO DE ESTUDIO] (PREGUNTA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Propuesta de rediseño de marca del periódico "El Giro" impreso que responda a una identidad propia (6.3.3)[Anexo 2, pág. 26] Identificación del políticas existentes y aplicación de las nuevas, en tanto lo editorial y gráfico para los Manuales de Estilo Editorial, Gráfico y de procedimientos (6.3.4)[Anexo 2] Propuesta de Sitio Web para Sala de Periodismo que incluya la publicación de "El Giro" Virtual (dos versiones, PDF y versión digital (Flip Page)) (6.3.2)[Anexo 2, pág. 84] <p>IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA [CASO DE ESTUDIO VS. GRUPO OBJETIVO] (PREGUNTA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Recolección de Datos (6.4.3) <ul style="list-style-type: none"> + ENTREVISTAS (6.4.3.1) <ul style="list-style-type: none"> - Decano [Anexo 4] - Dpto. de Comunicaciones UAO [Anexo 5] - Directora del Periódico [Anexo 6] - Editor del Periódico [Anexo 7] - Practicante Sala de Periodismo [Anexo 8] - Profesional Publicidad [Anexo 9] + ENCUESTAS (6.4.3.2) <ul style="list-style-type: none"> - Grupo Objetivo (400 encuestas) 	<p>Planteamiento, rediseño, sustentación y graficación de la nueva propuesta de diseño de "El Giro" impreso (7.4) [Anexo 3]</p>	



Imagen 2. Muestra recolectada y muestra referenciada



6.2.2. La muestra referenciada. A partir de la muestra recolectada se realiza la selección de los ejemplares a ser analizados mediante la TGS y otras teorías de diseño. Los criterios de selección fueron contextuales, en la medida que se priorizan aquellos ejemplares que se distribuyen en el contexto geográfico inmediato al del caso de estudio (primero Cali, luego Valle del Cauca, luego Colombia). Además de este criterio, se hizo una elección arbitraria con el periódico universitario “UN Periódico” de UNIMEDIOS (Universidad Nacional de Colombia), ya que al momento de observar de forma general la muestra recolectada, se hizo evidente la existencia de sobresalientes políticas editoriales y gráficas, siendo un ejemplar meritorio de análisis.

La muestra referenciada queda entonces disminuida, así (véase Imagen 2. Muestra recolectada y muestra referenciada, más atrás):

- f. “La Palabra” de la Universidad del Valle (Cali)
- g. “Página” de la Universidad de Manizales (Manizales)
- h. “UN Periódico” de la Universidad Nacional de Colombia (Bogotá)
- i. “Utópicos” de la Universidad Santiago de Cali (Cali)

6.2.3. “El Giro” histórico. En el asunto de las ediciones pasadas del caso de estudio, se encontraron once ediciones hasta el momento de los análisis; seis ediciones realizadas antes de la intervención de los investigadores (ediciones de la uno a la seis), cuatro ediciones con su intervención directa (ediciones de la siete a la nueve y la once) y una edición (edición diez) que fue diagramada sin aplicar ninguno de los manuales diseñados por los investigadores en su momento, y por lo tanto esta edición no fue tomada en cuenta para la presente investigación.

Aún así, las diferentes ediciones de “El Giro” fueron clasificadas por su línea gráfica de manera que los respectivos análisis pudieran responder más acertadamente a las políticas del medio impreso evidenciara para su momento, ya fueran empíricas o conceptuales. La clasificación final de las diferentes ediciones de “El Giro” queda así (véase Imagen 3. Muestra histórica de El Giro, en la página 39):

- a. El Giro 1
- b. El Giro 2, 3 y 4
- c. El Giro 5 y 6
- d. El Giro 7, 8, 9 y 11 (Manuales aplicados)

• **El caso “El Giro 11”.** Dentro de la metodología implementada en esta investigación, los autores, que hicieron parte del grupo estudiantil Sala de Periodismo durante la publicación de tres ediciones de “El Giro” (de la siete a la nueve), terminaron su proceso en este espacio como Diseñadores Gráficos directamente relacionados al proyecto editorial, para continuar otras etapas de la investigación. Sin embargo, la Facultad de Comunicación Social a la que pertenece el “El Giro”, contrató laboralmente a los investigadores para participar del proceso en la undécima edición del mismo. Sin embargo, y aunque todos los procesos antes de impresión se culminaron satisfactoriamente, esta edición de “El Giro” (once) no fue publicada, y los investigadores no conocen las causas de ello. Sin embargo es muestra evidente de los problemas de orden logístico y proyectual que involucra “El Giro”.

Imagen 3. Muestra histórica de El Giro



6.2.4. Rastreo teórico-conceptual. La investigación teórica-conceptual que se realiza en este momento, permite conceptualizar de manera localizada los procesos inherentes al proyecto editorial, relativos al medio impreso paraeditorial, y que se contextualiza como periódico de periferia. A partir de estas teorías, y del rastreo y análisis generalizado —desde lo sintáctico y en parte de lo semántico— de otros medios impresos paraeditoriales, en el contexto nacional que cumplen con las mismas características del caso de estudio (periodístico universitario), se identifica claramente una pregunta problema inicial, que corresponden en este documento a las sub preguntas de investigación a, b, d, y e (véase p.25).

6.3. MOMENTO DOS

6.3.1. TGS aplicada. Una vez identificado el problema y planteadas las preguntas correspondientes, se prosigue a aplicar la Teoría General de los Sistemas en la muestra referenciada y las clasificaciones de las ediciones históricas de “El Giro”.

Se realizan, por lo tanto, una caracterización de forma, orden, jerarquía y relación de las estructuras encontradas en cada ejemplar de la muestra referenciada y para cada clasificación de los históricos de “El Giro”.

En total se analizan nueve sistemas siguiendo un modelo aplicado (Tabla 2. Modelo de Análisis Morfosintáctico, más adelante); de cada sistema se identifican las unidades o estructuras generales a su interior (siendo las más comunes: portada, contraportada, páginas legales, páginas de artículos y páginas centrales.); de cada unidad se reconocen sus componentes o estructuras claramente diferenciables por forma o contenido; y por último se distinguen los elementos, que son cada particularidad morfológica presente en el sistema.

Es importante mencionar, que cada sistema destaca de manera evidente el orden (materialidad espacial-morfológica) de los elementos, la relación entre ellos (concepto de asociación conceptual en torno a lo espacial) y la jerarquía de los mismos (valor de orden vs. valor conceptual, en la relación a cada elemento), permitiendo de esta manera analizar, de lo general a lo específico, todos los elementos presentes en cada medio impreso, facilitando por lo tanto el reconocimiento general de lo morfosemántico.

Tabla 2. Modelo de Análisis Morfosintáctico

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS	
TIPO DE SISTEMA: "NOMBRE DEL SISTEMA" (Nº Edición - Fecha) NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD Ciudad o FORMATO: en cm. o MATERIAL: tipo papel o TÉCNICA DE IMPRESIÓN: - - - o POLICROMÍA: núm páginas	IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD pág. número de página Numero de coles empleadas en la diagramación POLICROMÍA o ACROMATICO	IDENTIFICACIÓN DEL COMPONENTE Número de coles	<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento 	
		IDENTIFICACIÓN DEL COMPONENTE Número de coles	<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento 	
		IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD pág. número de página Numero de coles empleadas en la diagramación POLICROMÍA o ACROMATICO	IDENTIFICACIÓN DEL COMPONENTE Número de coles	<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento
			<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento 	
		IDENTIFICACIÓN DEL COMPONENTE Número de coles	<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento • Ítem con descripción del elemento 		

Por último, pero no menos importante, el análisis aplicando TGS permite el análisis por comparación de los sistemas, haciendo posible la identificación de los elementos comunes, y exclusivos de cada uno, su valor general o agregado y por lo tanto, el reconocimiento claro y verás de la estructura generalizada del medio impreso “El Giro” respecto al contexto inmediato y la proposición de modificaciones según sean necesarias.

6.3.2. “El Giro” virtual. Parte de las necesidades que fueron planteadas inicialmente por parte el grupo estudiantil Sala de Periodismo, con el ingreso de los investigadores en él, consideran el desarrollo de la presencia Online de dicho grupo, y la migración del soporte impreso al digital (online) de “El Giro”.

Así pues, y apoyados en los análisis previamente mencionados, se realiza la investigación respectiva, y la indagación gráfica correspondiente para la propuesta de Portal Web de Sala de Periodismo y El Giro Virtual.

6.3.3. Una necesidad de identidad. A partir de la exploración gráfica que se realiza para las propuestas web de Sala de Periodismo y El Giro Virtual, se identifica una necesidad que no se había considerado en un primer momento. El Giro no tenía identidad propia, sino que tomaba prestada la identidad gráfica-

visual de Sala de Periodismo, generando confusión en el lector cuando las dos se presentaban en la misma caja gráfica, e incluso los lectores asiduos manifestaban confusión respecto a que era qué, y llamaban giro al espacio y sala al producto.

Se realiza entonces una propuesta de rediseño de la identidad visual de “El Giro” impreso, con su manual básico de uso (véase la página 23 del Anexo K).

6.3.4. Los Manuales de Estilo. Después de la exploración teórico-conceptual, los análisis morfosintácticos con sus aproximaciones morfosemánticas, la investigación y exploración gráfica-visual respecto al entorno web y la necesidad de un identificador propio para “El Giro” impreso, se logra concretar entonces los Manuales de Estilo necesarios para estructurar orden, función y método en torno al medio impreso periodístico universitario como proyecto editorial.

- **El Manual de Estilo Editorial.** Antes de continuar, es necesario aclarar que la labor de proponer, desarrollar, diseñar y ejecutar el Manual de Estilo Editorial, es una labor multidisciplinar que no puede llevarse a cabo completamente sin la intervención activa de los actores involucrados en el proyecto editorial (coordinación, edición, redacción y diseño gráfico).

Habiéndose entendido lo anterior, queda por aclarar que el Manual de Estilo Editorial planteado en este documento se desarrolla en el campo propositivo, en donde se identifican, a través del análisis de teorías y contextos, los componentes de dicho manual, se organizan y plantean conceptualmente, más no se desarrolla.

Así pues, el Manual de Estilo Editorial del medio impreso “El Giro” se define como el documento que registra explícitamente los principios y políticas que rigen a “El Giro”, a lo largo de todas sus etapas de planeación, diseño y producción en tanto a las áreas de conocimiento comunes al manejo del idioma, filosofía de trabajo, tono de comunicación y principios éticos y morales, así como la misión y visión del mismo. Igualmente, el Manual de Estilo Editorial contiene las directrices que guían las relaciones de El Giro impreso con todos los otros componentes de Sala de Periodismo.

Se identifican cinco secciones bien diferenciadas que forman el cuerpo del manual. Estas son:

- Principios y valores
- Géneros periodísticos
- Elementos de titulación
- Uso de material gráfico de apoyo (fotografías, ilustraciones, etc.)
- Manejo del idioma en general

- **El Manual de Estilo Gráfico.** Se parte de las políticas editoriales identificadas, que posibilitan el adecuado ordenamiento y diseño de las políticas gráficas en el Manual de Estilo Gráfico.

Sin embargo, se identifica una necesidad grafico-visual (formal) que se presenta al enfrentar la migración de la publicación impresa de “El Giro” a su versión digital. Esto se debe a que las grafías que se manejan en la versión impresa, para ese momento actual, no facilitan que el lenguaje bimedia sea asimilado satisfactoriamente por los lectores, al generar un salto significativo entre ambas versiones. Se propone entonces un rediseño sutil que supere estas dificultades, sin alejarse demasiado de la línea gráfica que se maneja.

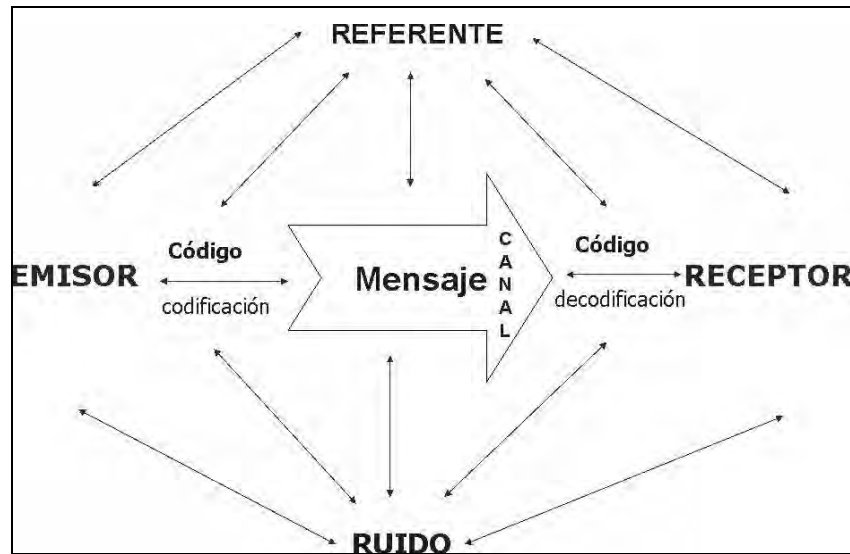
Finalmente se diseña el Manual de Estilo Gráfico siendo consecuentes con las estructuras evidenciadas en los análisis morfosintácticos, y en donde se da respuesta a las necesidades grafico-visuales evidenciadas a lo largo del proceso.

- **El Manual de Procedimientos.** El manual de procedimientos es desarrollado completamente partiendo de las experiencias de los investigadores y el grupo de trabajo en Sala de Periodismo, nutrido por las teorías de diseño proyectual y proyecto editorial consultadas en este documento.

6.4. MOMENTO TRES

6.4.1. Un interrogante inesperado. Al finalizar formalmente el proceso de conceptualización, análisis y diseño para dar soluciones de orden, concepto, metodología y forma a través de los Manuales de Estilo, se identifica un nuevo problema comunicacional transversal, que pone en peligro la estructura misma de “El Giro” como proyecto editorial y desde nuestra óptica.

Imagen 4. Proceso de comunicación



Fuente: Comunicación [en línea]. España: Wikipedia, 2008. [consultado 8 de de mayo de 2008]. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

Después de la publicación de la primera edición de “El Giro” con los cambios gráfico-visuales pertinentes aplicados (edición nueve), surgió la interrogante respecto al público objeto. Es decir, el proceso que se ha realizado hasta ahora soluciona los inconvenientes comunicacionales en la fórmula emisor<=>producto, ignorando por completo la tercera variable trascendental del proceso de comunicación: el receptor (lector). Véase Imagen 4. Proceso de comunicación, más atrás.

En este punto aparecen entonces nuevas preguntas problema que responden en el documento a las sub preguntas c, e y f de manera directa, pero a las a y d también de manera indirecta.

6.4.2. Hipótesis de trabajo. Frente a las nuevas interrogantes, y después de haber realizado satisfactoriamente los procesos conceptuales y prácticos relativos a los Manuales de Estilo (momento dos), abonado a las habilidades y competencias conceptuales y prácticas adquiridas durante la carrera, se plantea la hipótesis de que la línea editorial y gráfica de “El Giro”, no consideran, y por lo tanto no aplican, políticas dirigidas a satisfacer las necesidades comunicacionales del público objetivo.

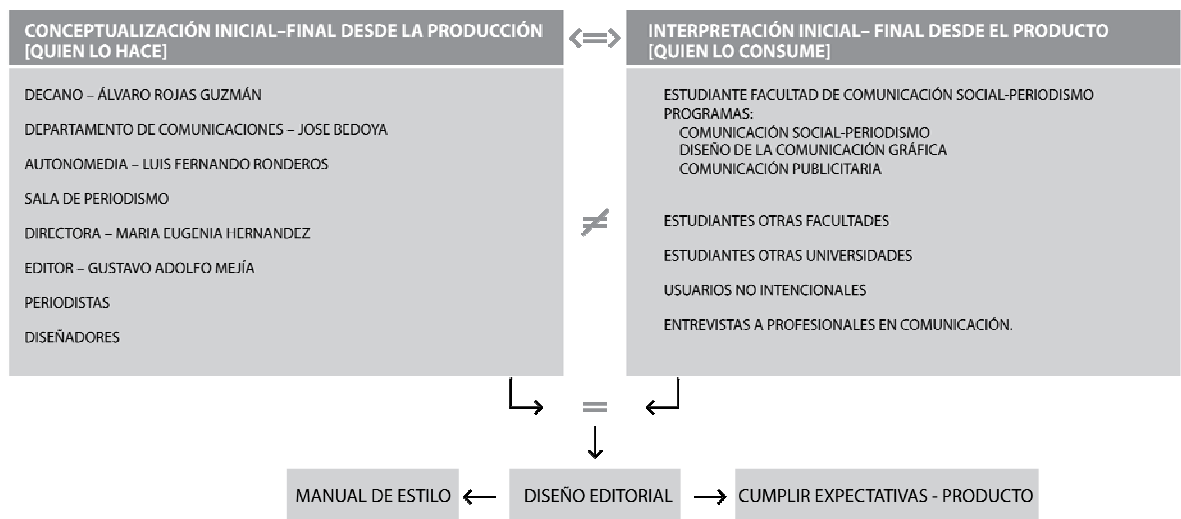
Así pues, se hizo un esquema con la estructura formal y conceptual de “El Giro”, desde sus componentes organizacionales, hasta sus flujos de trabajo, publicación y captación del público objeto (véanse Imágenes 3. y 4, más adelante) con el objetivo de analizar posibles causas del problema.

Imagen 5. Contexto comunicacional y procedimental al caso de estudio



Imagen 6. El Giro como Medio Impreso

EL GIRO – MEDIO IMPRESO



A partir de este esquema se encontró que el colectivo emisor, compuesto por todas las partes involucradas en el proyecto editorial, podía tener diferentes interpretaciones conceptuales y objetuales del producto impreso “El Giro” y del

proyecto mismo. Causando entonces, que al no tener un propósito en común, la planeación, diseño y producción del medio impreso se vieran encaminados erróneamente hacia un grupo objetivo que no respondería completamente a estos mensajes.

6.4.3. Recolección de datos. Con el objetivo de comprobar la hipótesis planteada, se diseñan una serie de entrevistas significativas a los principales actores del proyecto editorial “El Giro” y un encuesta cualitativa dirigida al público objetivo del medio impreso.

- **Las entrevistas.** Así pues se identifica, diseña y aplican las entrevistas necesarias para la comprobación de la hipótesis a las siguientes personas:
 - a. Dr. Álvaro Rojas Guzmán – Decano de la Facultad de Comunicación Social de la UAO (véase la transcripción en el Anexo B, p.65)
 - b. José Antonio Bedoya – Jefe del Departamento de Comunicaciones de la UAO (véase la transcripción en el Anexo C, p.73)
 - c. Docente María Eugenia Hernández – Directora de Sala de Periodismo (véase la transcripción en el Anexo D, p.77)
 - d. Docente Gustavo Mejía – Editor del medio impreso “El Giro” (véase la transcripción en el Anexo E, p.85)
 - e. Estudiante Juan Carlos Toloza – Practicante de Sala de Periodismo y periodista de “El Giro” (véase la transcripción en el Anexo F, p.)
 - f. Publicista Carlos Andrés Gómez (véase la transcripción en el Anexo G, p.91)
- **Las encuestas.** En el orden de verificar la percepción del público objetivo, se le realiza una encuesta cualitativa. A continuación la ficha técnica.
- Tamaño de la población objetivo (Estudiantes de la UAO*): 6814²³
- Tamaño de la Muestra (número de encuestas): 400 (5,8%)
- Margen de Error: $\pm 4,85\%$ para $p=0,5$

* Universidad Autónoma de Occidente. Cali, Colombia.

²³ Resumen población estudiantil en pregrado periodo enero - mayo de 2008 por programa, sexo y jornada. [en línea]. Cali: Oficina de Planeación - Universidad Autónoma de Occidente, 2008. [consultado 21 de mayo de 2008]. disponible en internet: <http://bach.uao.edu.co:7778/pls/portal/url/ITEM/460D180E70A974BDE04010AC20C9394B>

- Nivel de Confianza: 95,5%

Ahora bien, la encuesta está diseñada para que arroje resultados concretos frente a las incógnitas específicas que se desean descifrar.

En primer lugar es necesario saber qué porcentaje del público objetivo conoce o reconoce el medio impreso “El Giro”. Por esta razón el primer ítem de la encuesta pregunta al encuestado: ¿Sabes que es El Giro?; además, si la respuesta fuera negativa se procede a terminar la encuesta pues los datos que se pudieran recolectar de esta persona no serían relevantes.

De igual manera funciona el segundo ítem, solo que en este se solicita saber si se ha leído alguna vez El Giro, pues se procura recolectar información de los lectores del medio impreso en cuestión.

Ahora bien, si ambas respuestas fueran positivas, se le presenta al encuestado una serie de ítems que buscan identificar las connotaciones emotivas que el lector experimenta respecto al medio impreso El Giro, basado en el método del diferencial semántico que desarrollo Charles E. Osgood²⁴.

Así, para esta encuesta se buscó evaluar la percepción connotativa de los siguientes conceptos bipolares:

- a. Interesante – aburrido
- b. Ágil – Complejo
- c. Novedoso – tradicional
- d. Ordenado – desordenado
- e. Atrayente – simple

Finalmente se pregunta al lector si considera necesario un espacio de participación para el público en general dentro del medio impreso.

6.5. MOMENTO CUATRO

En este Momento, se realiza la exploración gráfica que responde de manera aplicada a las necesidades y requerimientos encontrados durante el Momento

²⁴ COLABORADORES DE WIKIPEDIA. Semantic differential [en línea]. España: Wikipedia, The Free Encyclopedia, 2008. [consultado 23 de Mayo de 2008]. disponible en internet: http://en.wikipedia.org/wiki/Semantic_differential

Tres (véase en la página 43). A su incluye las etapas de materialización (véase Anexo J), presentación y justificación de la propuesta y del proyecto.

6.6. MOMENTO CINCO

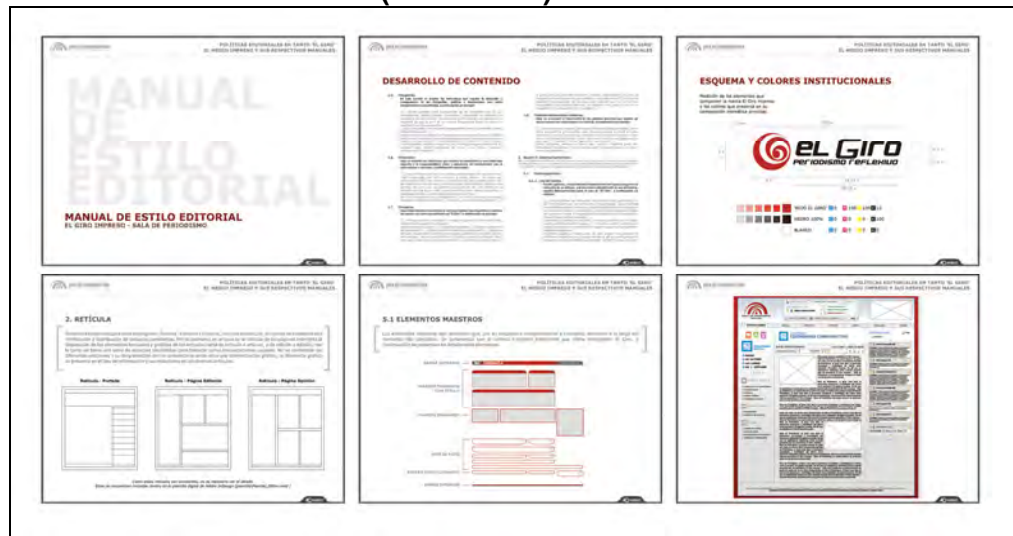
El momento cinco de este proyecto, identificado en la metodología (véase Tabla 1. Metodología de investigación, p.36), representa las etapas de validación, ajuste y creación de los Manuales de Estilo para la nueva propuesta. Sin embargo, este proyecto no desarrolla en la práctica dicho momento, debido a las condicionantes administrativas que enfrenta el espacio Sala de Periodismo, con la absorción por parte de Autonomedia (Centro de Producción de medios de la Facultad de Comunicación Social). Entre otras, la necesidad de la aprobación inicial de la propuesta de diseño (rediseño, véase Anexo J) presentada en este documento. Así entonces este proyecto queda pendiente para su culminación, por parte de los autores del mismo u otros estudiantes investigadores que partan de él (con previa autorización de los autores).

7. RESULTADOS

7.1. MANUALES DE ESTILO

Los Manuales de Estilo se presentan en su formato original, como se entregaron en su momento a las directivas de la Facultad de Comunicación Social y Sala de Periodismo. Véase Anexo K.

Imagen 7. Manuales de Estilo (referencia)



7.2. ENTREVISTAS

A partir del análisis de las entrevistas se llega a las siguientes conclusiones:

La percepción de los profesionales en las áreas, Comunicación Social, Diseño de la Comunicación Gráfica y Comunicación Publicitaria, afines con la realización y desempeño del medio impreso universitario El Giro, se fijan en las necesidades que se vislumbran con cada uno de las ediciones (ejemplares).

Se revela gran interés, en la corrección de algunas falencias que han afectado a El Giro a lo largo de su historia, entorpeciendo en un gran porcentaje su secuencia evolutiva, pues aunque se haga evidente un proceso de cambio en las distintas ediciones publicadas, no se reconoce con facilidad una evolución desde la comunicación y su aporte a la comunidad, que de parte del crecimiento de los elementos que lo componen, en pro de la eficacia comunicacional del medio impreso.

Los inconvenientes están dados principalmente por los procesos, que se dilatan al momento en el que se le da inicio a la realización de El Giro y siendo estos entendibles desde una mirada holística del proceso académico de aprendizaje, se hace urgente la maximización de dichos procesos desde el aprovechamiento del tiempo y el espacio del que gozan los estudiantes, que por la ejecución vacilante de los procesos se ven supeditados a caer en errores antes cometidos. Y esto dando como resultado inconsistencias en la periodicidad del medio impreso, cosa que repercute en el imaginario del público objetivo, pues le indica al lector un evidente desorden en los que se suponen deben ser tiempos premeditados entre cada una de las publicaciones (ediciones).

Otra de las grandes carencias en el enfoque que se le debe dar a este medio, es la exactitud del mensaje dirigido al público objetivo, que no es claro, pues aunque originalmente El Giro se realiza para la comunidad universitaria, no sólo de la Autónoma, sino también de la ciudad, desde el inicio del proyecto editorial “El Giro”, las aproximaciones académicas de rigor que se han realizado no son suficientes* en cuanto a un sondeo de opinión, o una investigación de la percepción de los jóvenes universitarios Autónomos, y mucho menos los jóvenes pertenecientes de las demás instituciones educativas académicas universitarias de la ciudad.

Cambios, o reformas sustanciales, se hacen irrefutables en los procesos de realización y producción de El Giro. Estos cambios pensados desde la maximización del ejercicio de la Comunicación, de lo periodístico junto con lo gráfico, en busca del equilibrio necesario y puntual, en una publicación con las características singulares de un medio impreso universitario como ese.

Es el público objetivo de ese medio impreso, posiblemente uno de los más exigentes en cuanto a la relación de lo lingüístico y lo visual, pues las actuales dinámicas de lectura resultan en una baja receptividad del medio impreso, dada por la presencia dominante del elemento lingüístico. Además de la experiencia física con el papel en el que se imprime, que se torna tradicional y anticuado, y poco llamativo para los jóvenes.

En el futuro de El Giro, como medio impreso universitario representante de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Autónoma de Occidente, se hace importante y necesaria una posición de cambio que responda y de solución a las ‘aparentes’ debilidades del mismo. Aparentes, por no haber sido respuesta oficial de ningún sondeo de opinión de público objetivo, los estudiantes universitarios Autónomos y de la ciudad de Santiago de Cali.

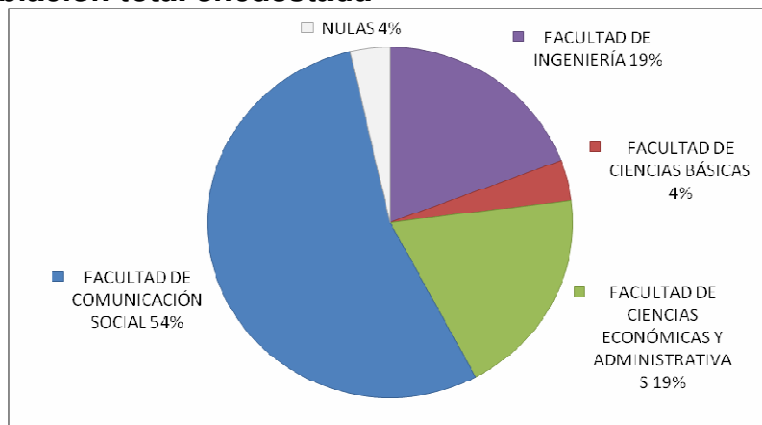
* Se han realizado dos aproximaciones académicas; una realizada por dos estudiantes del programa Mercadeo y Negocios Internacionales y otra realizada por los estudiantes de la cátedra de Lingüística de la Facultad de Comunicación Social. Fuente: María Eugenia Hernández, Directora Sala de Periodismo.

Sabiendo eso, entonces se entiende que el paso a seguir es recopilar información acerca del pensamiento del lector, según lo que está percibiendo del medio impreso. Entendiendo su interés, desde lo que quiere leer, lingüística y gráficamente. Y al llegar al encuentro de la información revelada por el público objetivo, intervenir el medio impreso junto a sus procesos, para hacerlo efectivo principalmente frente a su comunidad, y de esa manera, traspasar las fronteras de la Universidad Autónoma y ser eficaz al público universitario caleño en general.

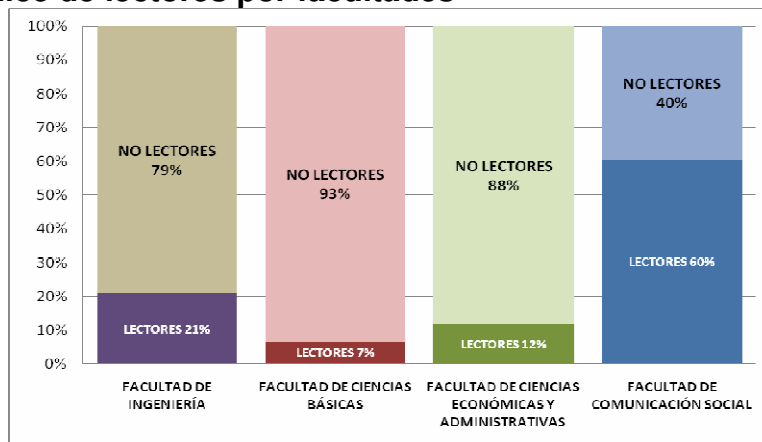
7.3. LAS ENCUESTAS

Los resultados de la encuesta son los siguientes:

Gráfica 1. Población total encuestada



Gráfica 2. Índice de lectores por facultades

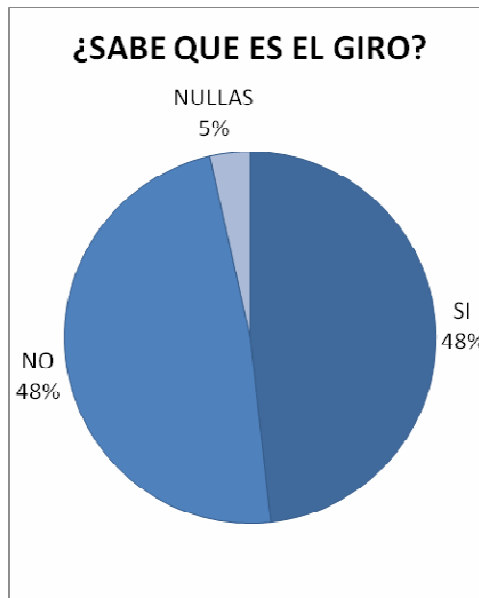


Cómo se ve en las Gráficas 1 y 2 (más atrás), el 54% de los encuestados pertenece a la Facultad de Comunicación Social (que es el grupo objeto primario del medio impreso El Giro) y 42% restante pertenece a alguna otra facultad de la Universidad Autónoma de Occidente. Además solo la facultad de Comunicación

Social posee un número considerable de lectores que permita evaluar las categorías consultadas. Debido a esto, no es posible hacer análisis individuales de cada facultad o de cada programa (salvo de la facultad de comunicación social).

Además, como podemos ver en la Gráfica 2 (en la página 51), 3 y 4 (más adelante), que el nivel real de reconocimiento y lectura de “El Giro” en los estudiantes de la Universidad e incluso de la Facultad únicamente no es muy alto; apenas el 39% de los encuestados reconoce y ha leído alguna vez “El Giro”. Lo que significa que no hay un posicionamiento real dentro del grupo objeto.

Gráfica 3. Ítem uno de la encuesta.

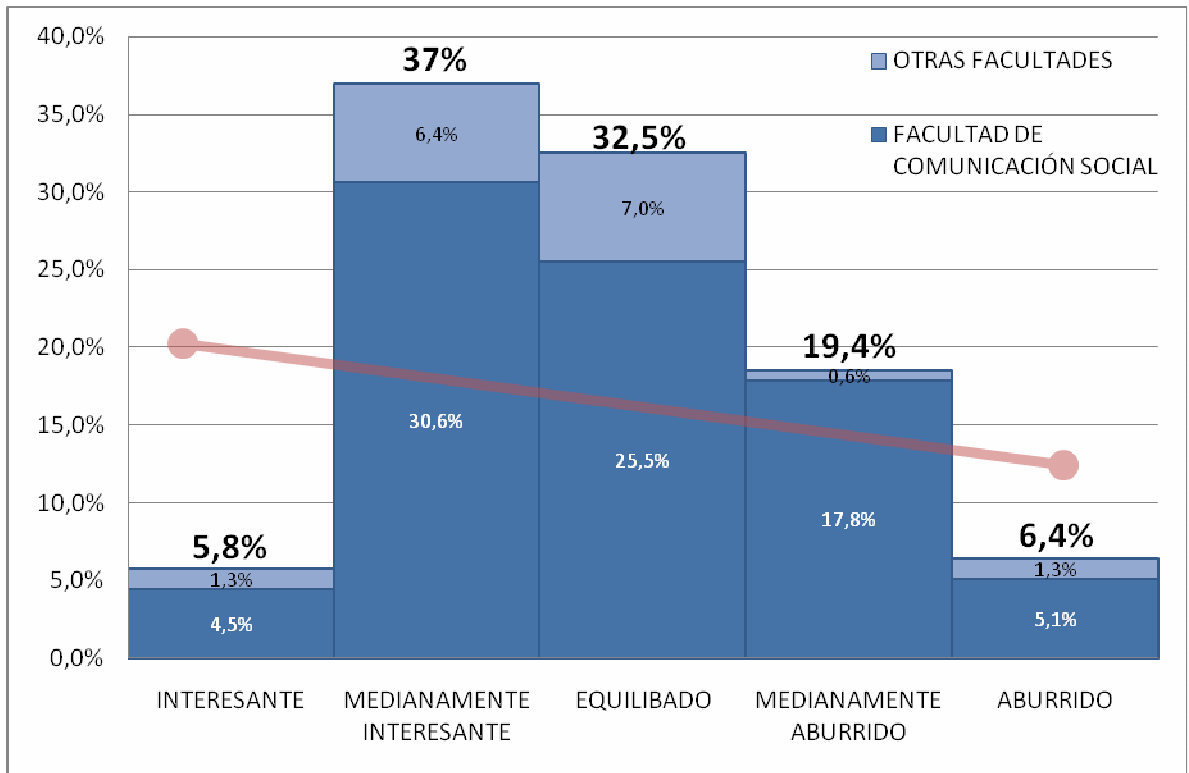


Gráfica 4. Ítem dos de la encuesta

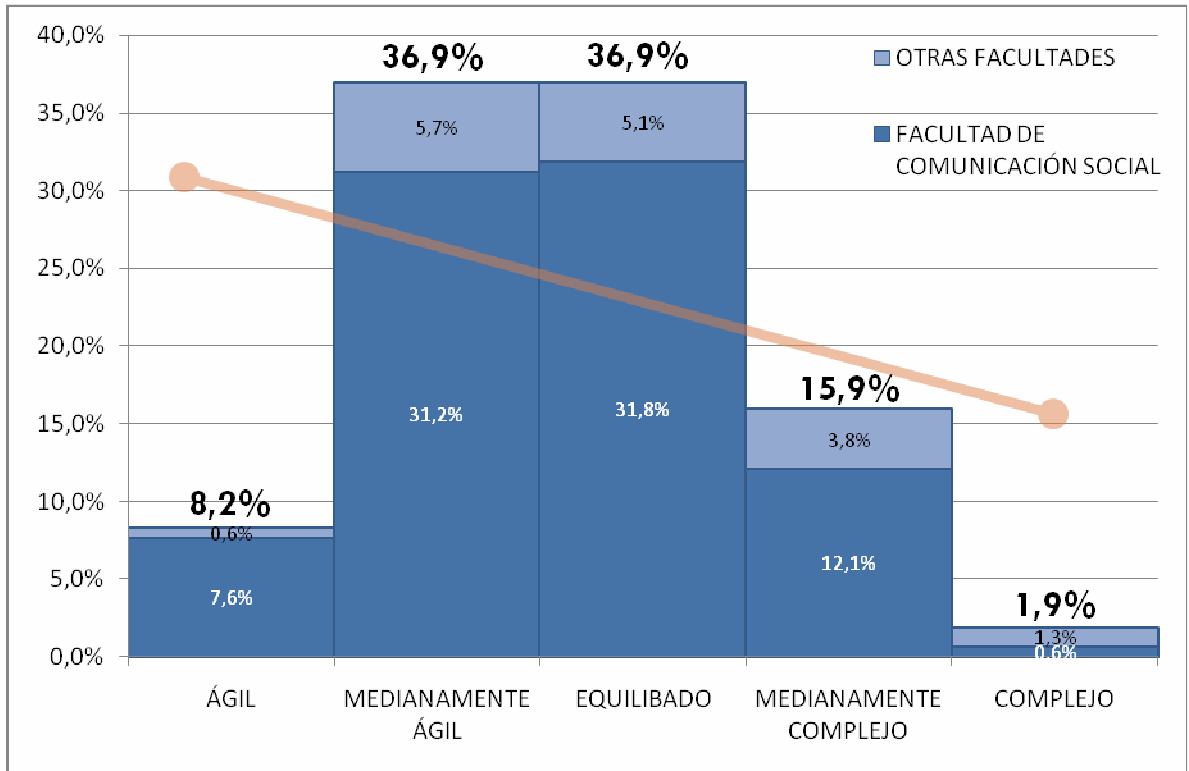


Ahora bien, a partir de la Gráfica 5 (más adelante) y hasta la 10 (en la página 56), se muestra claramente la tabulación de sus ítems, permitiendo observar la diferenciación entre la Facultad de Comunicación Social y las demás Facultades, además de la tendencia de respuesta. Hacia donde se incline, y entre mayor sea la pendiente, mayor es la tendencia.

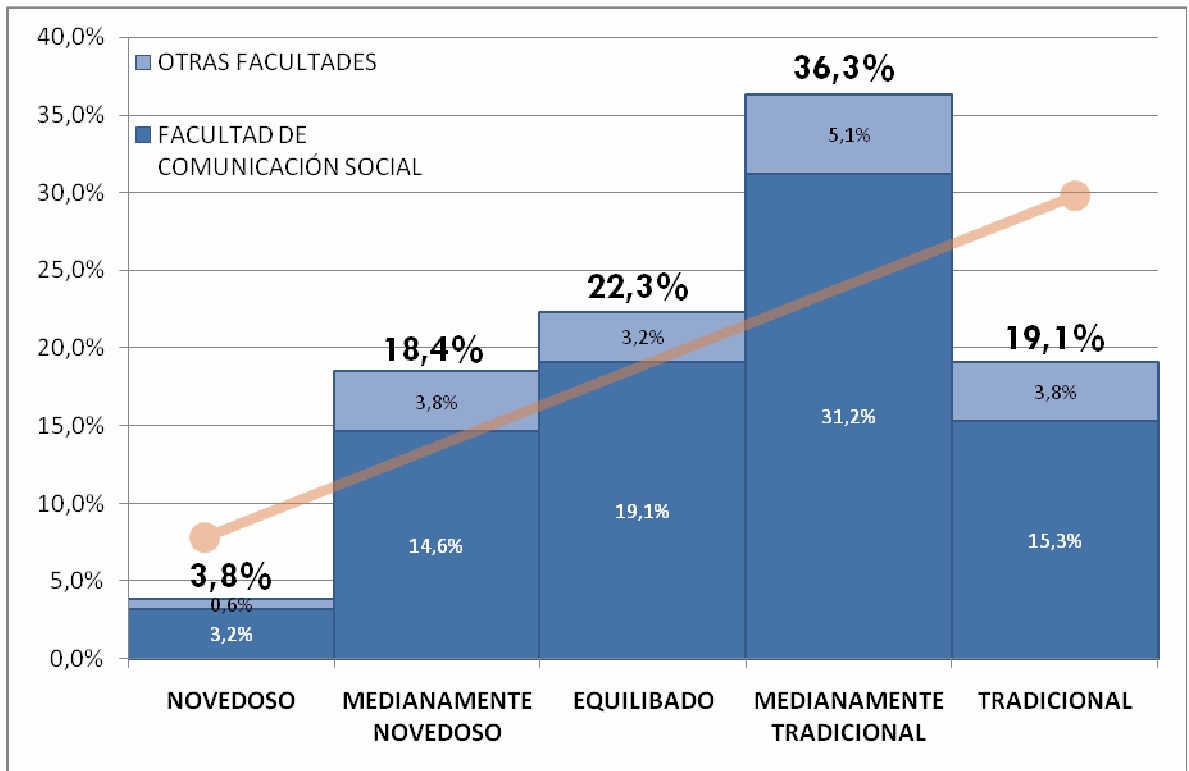
Gráfica 5. Ítem 3.1 de la encuesta



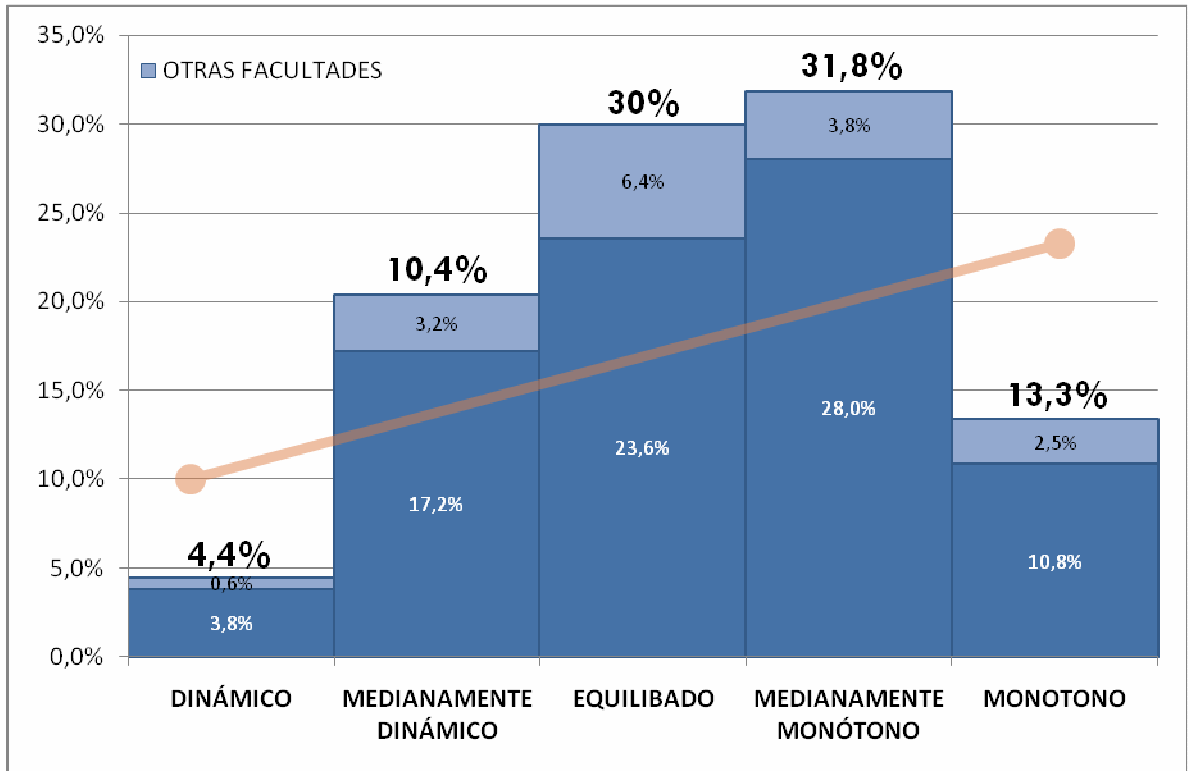
Gráfica 6. Ítem 3.2 de la encuesta



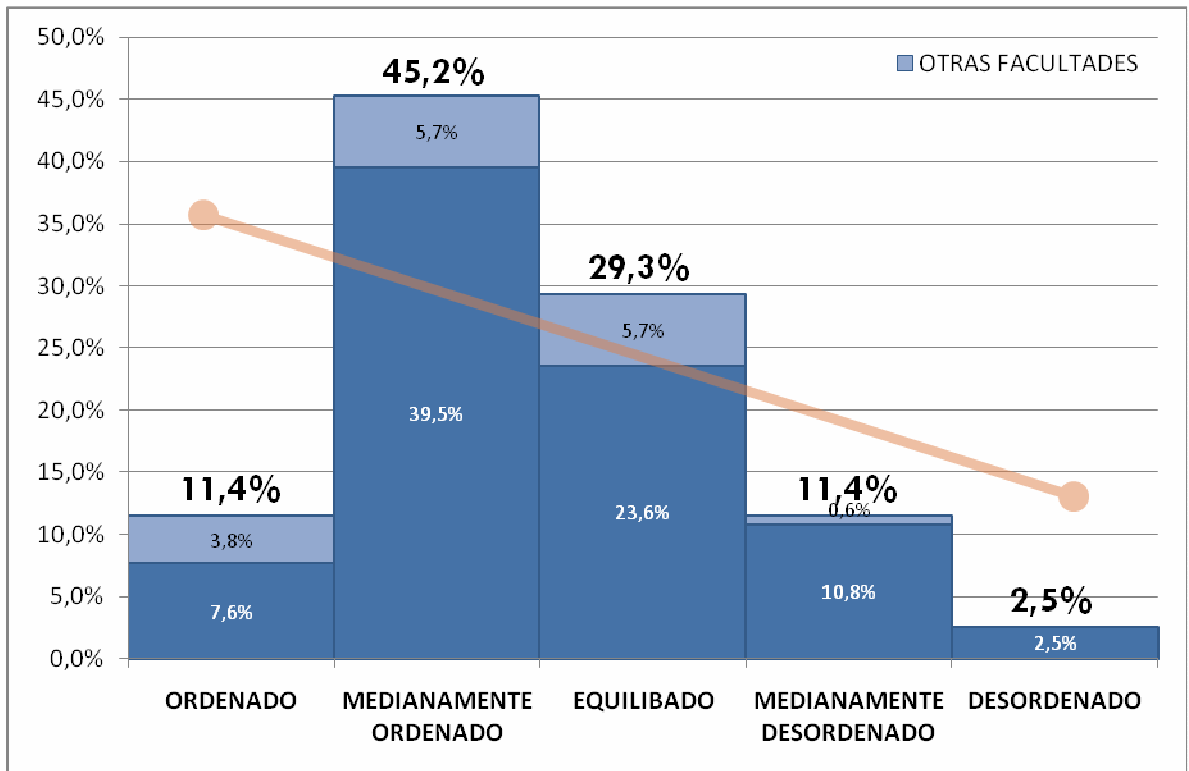
Gráfica 7. Ítem 4.1 de la encuesta



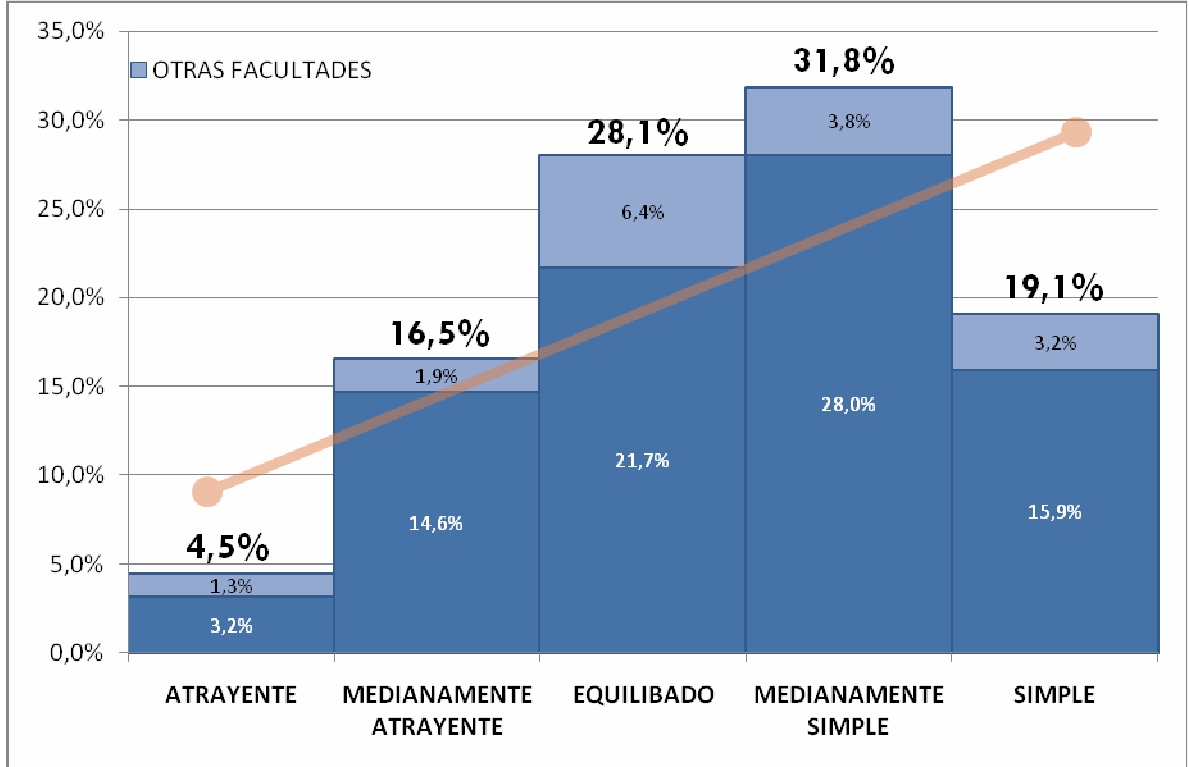
Gráfica 8. Ítem 4.2 de la encuesta



Gráfica 9. Ítem 4.3 de la encuesta



Gráfica 10. Ítem 4.4 de la encuesta

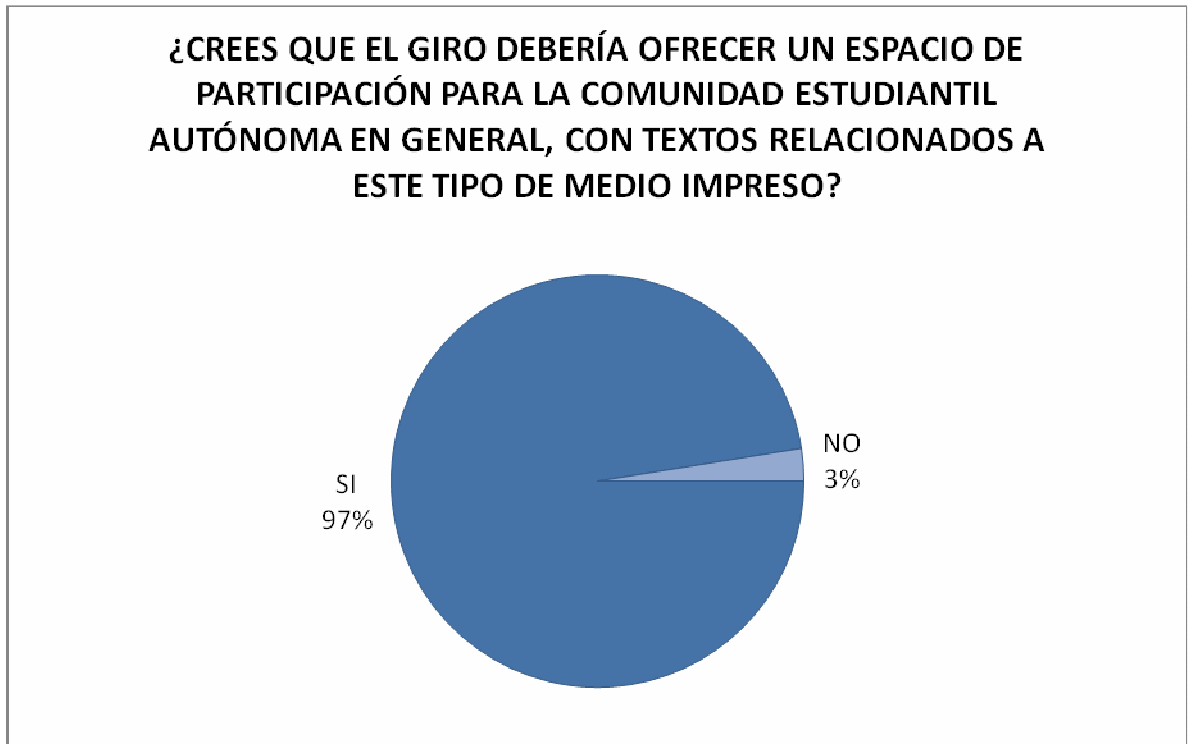


Como se observa en las gráficas, hay coherencia entre las respuestas de la Facultad de Comunicación Social y las demás Facultades.

También podemos observar como hay marcadas tendencias en cada ítem que permiten concluir que los lectores de “El Giro” perciben de él: que es interesante y ágil en su contenido, y que es tradicional, monótono, ordenado y simple en su presentación gráfica.

A partir de esto concluimos que aunque no hay mayor problema en las temáticas planteadas, si lo hay, y muy marcado, en la forma como estas se desarrollan morfológicamente en la caja gráfica y por lo tanto no logran captar la atención que es debida.

Gráfica 11. Ítem cinco de la encuesta



Ahora bien, en el ítem cinco, se puede ver como la gran mayoría de los lectores consideran positivo la posibilidad de la participación en el medio impreso.

7.4. JUSTIFICACIÓN DE DISEÑO (REDISEÑO)

Véase Anexo J. Propuesta de rediseño de El Giro.

7.5. LO EDITORIAL

En el orden de continuar la metodología propuesta en la primera etapa de este documento (véase Momento Cero, Momento Uno y Momento Dos en Tabla 1. Metodología de investigación, p.36), replanteamos primero las políticas a nivel editorial.

En este orden de ideas, y apoyados en el grupo objeto de El Giro y en las conclusiones de Norbert Küpper (véase Teoría de la exploración libre, p.33) se decide reducir la extensión de los textos de los artículos, permitiendo así la posibilidad de artículos de **máximo dos** páginas diagramadas*. También es importante el uso de apoyos visuales y contextuales en todos los artículos, siendo obligatorio el uso de al menos una fotografía significativa (a nivel morfológico y semántico) y un marco destacado o un destacado de texto.

También entonces se normativiza el uso de las categorías o nombre de sección, de manera que existan secciones fijas y secciones variables**, ya que actualmente (y a lo largo de la historia de El Giro) el uso de secciones parece responder al azar y a la conveniencia, en cuanto se escribían artículos y se decidía a cual sección respondía mejor. Así pues las nuevas secciones quedan de la siguiente manera*** :

SECCIONES FIJAS: Cada sección debe aparecer en cada edición de El Giro, siempre y cuando cada artículo no supere las dos páginas.

- Portada, Editorial, Opinión, Galería: una página cada una
- Medio ambiente, Academia, Lo nuestro: dos páginas cada una
- Cine, Cultura, Deporte, Música, Tecnología: siete páginas en total
- Vida Urbana: tres páginas

* Para efectos de redacción en Microsoft Word, un artículo de una página diagramada equivale a, entre una página y una página y media en Word; y un artículo de dos páginas diagramadas equivalen a, entre dos y dos páginas y media en Word. Ambas páginas configuradas en Arial 12, normal y espacio sencillo; con márgenes de 3cm a los lados y 2.5 cm arriba y abajo.

** Basados en conclusiones de Edmund Arnold en Diseño Total de un Periódico. (3 ed. México: Editores Asociados Mexicanos. 1989. p. 235)

*** Basado en análisis histórico de secciones de El Giro.

SECCIONES VARIABLES: Hay cuatro páginas en las que se puede aparecer cualquier sección incluidas las siguientes:

- Salud, Perfil, Enfoque, Especiales, Entrevista, Política

7.6. LO GRÁFICO

Partiendo de las problemáticas develadas en la observación del caso de estudio, y las variables que generan inconvenientes de tipo comunicativo en medio impreso, se recurre a criterios de diseño pertinentes, que encaminan a El Giro en un proceso de cambio positivo. Logrando de esta manera educar el imaginario de su público objetivo; los jóvenes universitarios de la ciudad de Cali.

Es así como se da un nuevo estilo editorial y gráfico a El Giro, cambiando su aspecto y línea gráfica.

7.6.1. El formato. En dicha propuesta se hace necesario un cambio de formato y sustrato (véase Selección del papel como soporte, p.25), aportándole en su función fática (véase Función fática, p.29), generando en el lector una experiencia más agradable y elegante, con respecto a la propuesta actual, de papel periódico en formato casi cuadrado, con colores disminuidos causados por la oxidación de este tipo de papel.

7.6.2. Composición. Así pues solucionadas estas condicionantes generales respecto al contacto inicial del lector con el medio impreso y su mensaje, se propone una grafía mucho mas estructurada desde las teorías de lecturabilidad (véase Lecturabilidad, p.22) de los elementos en la composición (véase Composición, p.23). Buscando así que la dinámica de lectura sea mucho más armoniosa y rítmica a nivel bimedia (véase Lenguaje bimedia, p.22), utilizando el propio nombre del medio impreso como metáfora visual. Así entonces, algunos elementos compositivos del diseño, se presentan girados 90 grados sobre su eje, y presentan una lectura vertical suave que respalda la retorica visual del medio.

Desde su página inicial (portada) se evidencia la clara predominancia de la imagen (fotografía) como centro de impacto visual, según la teoría de Skinner (véase Teoría de Burrhus Frederic Skinner, p.32), con relación a la ubicación estratégica de los elementos para lograr que el ojo del lector recorra toda la pagina, y encuentre un orden de lectura.

Ahora bien, según la teoría de Gutenberg (véase Teoría de Gutenberg, p.30), la diagramación se ordena de tal manera que el titular siempre responda al POA y la imagen al TA. Reforzando el recorrido visual en función de la gravedad de lectura.

7.6.3. El color. Ahora bien, junto a estos criterios de composición y estructura está definida la propuesta cromática, que responde a la necesidad de crear un ambiente más liviano en contrastes, y más fresco a nivel connotativo. Así, se replantea el uso cromático del documento completo de policromía y monotonía a policromía y duotono, agregando color a todas las páginas del documento, potenciando la función poética, emotiva y metalingüística del medio impreso, reforzando la línea gráfica, y por lo tanto creando recordación y apropiación, por parte del lector.

Con respecto a lo anterior, se decidió un tono de verde brillante (C: 40 | M: 0 | Y: 100 | K: 0), en respuesta a dos criterios: el primero responde a que el tono del color es fresco, y contrasta con la temperatura del contexto inmediato del caso de estudio* (la ciudad de Cali), permitiendo una aceptación mayor que el rojo (cálido) de la propuesta actual. Además sumando este tono, al negro y sus derivados (grises), propone una paleta de colores que connota frescura, seriedad, tecnología, juventud y naturaleza o ecología. Valores que desea transmitir El Giro; por otra parte, el verde es complementario del rojo, creando a nivel subconsciente una relación explícita entre la propuesta actual y la nueva propuesta, atando por connotación semántica las versiones de diseño evitando un distanciamiento o rechazo por parte del lector.

Es bajo esa premisa de color, que se ofrece a las imágenes de los artículos, la posibilidad de hacer uso de un color para acentuar valores referenciales y agregar componentes semánticos (véase Retórica de la imagen, p.29) a las mismas, mediante el duotono.

Estas características particulares de las imágenes, deberán ser homogéneas en todas las páginas internas del medio impreso. Enfatizando en la calidad de los originales, desde su balance de luces, pues esto crea identidad y da bases sólidas en la estructura de los elementos presentes y su correlación.

7.6.4. La fuente tipográfica. Buscando destacar los valores juveniles del público objeto, se hace el cambio de la familia tipográfica del medio impreso de la Arial Narrow en el cuerpo de texto y la Microstyle en los acentos (titulares marcos tramados, destacados, etc.) a la Futura Book con todas sus variantes aplicadas en los diferentes elementos.

La razón principal de cambio y de selección de una nueva familia, responde a que la original posee una mancha gráfica muy oscura, dando la impresión de ser un texto cargado, además de perderle valor estético al impreso. Al contrario que sucede con la Futura Book, que ofrece una mancha gráfica clara, dando la

* Basados en conclusiones de Edmund Arnold en Diseño Total de un Periódico (3 ed. México: Editores Asociados Mexicanos. 1989. p.155)

impresión de ligereza y dinamismo, además de favorecer a la blancura del documento y propiciar los espacios de descanso de la vista.

7.6.5. Una columna falsa. Como bien se mencionó anteriormente, el formato del medio impreso se modificó por uno más vertical. Sin embargo este formato imposibilitó el uso de las cuatro columnas que se venían utilizando. Así pues, se redujo el número de columnas a tres, pero se instauró el uso de una cuarta columna falsa, que servirá de descanso ocular, así como también contendrá información variada relativa al artículo como pies de foto, pies de página, notas y cualquier otra información general o específica que no sea posible diagramar en el cuerpo del artículo.

7.6.6. El uso olvidado del sumario. Apoyándose en el nuevo elemento compositivo que la columna falsa posibilita, se determinó que los sumarios se convertirían en un elemento gráfico (texto como imagen) cuya función es la de atar al lector en un primer momento. Esto es posible gracias que el valor jerárquico que se le suministró mediante el uso cromático y compositivo permite que actúe como un CIV (véase Teoría de Burrhus Frederic Skinner, p.32) que sumado a su valor de introducción al texto, permite que el lector gane interés por el artículo y comience su lectura.

7.6.7. Un estilo minimalista. En orden de proyectar un estilo juvenil y vanguardista, el uso de elementos gráficos se redujo lo más posible y se caracterizaron siempre por un estilo geométrico minimalista que destaca el contenido del artículo y no distrae la vista causando el efecto dañino que propone Skinner (véase Teoría de Burrhus Frederic Skinner, p.32) al obligar al ojo a recorrer la página de manera aleatoria y desordenada.

Sabiendo todo esto, podemos decir que la nueva propuesta se basa en una composición sólida desde su planeación, creando equilibrio entre los elementos dinámicamente dispuestos en las páginas del medio impreso. Apelando a criterios de lecturabilidad que refuercen la composición, para así lograr de este medio impreso, un puente efectivo entre el emisor, el mensaje y su receptor.

BIBLIOGRAFÍA

ARNOLD, Edmund C. Diseño Total de un Periódico. 3 ed. México: Editores Asociados Mexicanos, 1989. 285 p.

BAGUR, Óscar. Tipografía. Dues Mostres Lleidatanes [en línea]. España: menorcaweb.net, 2003. [Consultado 8 de mayo de 2008]. Disponible en internet: http://www.menorcaweb.net/oscarbagur/typografia/oscarbagur_arts18.pdf

BARTHES, Roland. Retórica de la Imagen [en línea]. Francia: Université de Metz, 2005. [Consultado 7 de abril de 2008]. Disponible en internet: http://fgimello.free.fr/enseignements/autres_enseignements/roland_barthes.htm

Código Cromático [en línea]. España: Cfurrianca, 2006. [Consultado 28 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://cfurrianca.wordpress.com/2006/11/04/codigo-cromatico/>

COLABORADORES DE WIKIPEDIA. Investigación cualitativa [en línea]. España: Wikipedia, La enciclopedia libre, 2008. [consultado 21 de junio de 2008]. disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cualitativa

----- Método empírico-analítico [en línea]. España: Wikipedia, La enciclopedia libre, 2008. [consultado 21 de junio de 2008]. disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo_emp%C3%ADrico-anal%C3%ADtico

----- Semantic differential [en línea]. España: Wikipedia, The Free Encyclopedia, 2008. [consultado 23 de Mayo de 2008]. disponible en internet: http://en.wikipedia.org/wiki/Semantic_differential

----- Teoría de sistemas [en línea]. España: Wikipedia, La enciclopedia libre, 2008. [Consultado 12 mayo de 2008]. Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_sistemas

COSTA, Joan. Diseñar para los ojos [en línea]. España: Google Books, 2003. [Consultado 5 de mayo de 2008]. Disponible en internet: <http://books.google.es/books?id=aod9tjaeabcC&printsec=frontcover#PPA12,M1>

Diccionario de la lengua española [CD-ROM]. 22 ed. Madrid: Real Academia Española, 2001.

DINAMARCA LECAROS, América. Las funciones del lenguaje según Roman Jakobson [en línea]. Chile: BlogSpot, 2007. [consultado 2 mayo de 2008]. Disponible en internet: <http://aprendelenguaje.blogspot.com/2007/03/las-funciones-del-lenguaje-segn-roman.html>

FERNÁNDEZ, Evelin. Teoría de Sistemas [en línea]. Ciudad Guayana: Monografías.com, 2004. [Consultado 5 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos15/teoria-sistemas/teoria-sistemas.shtml>

GARCIA, Mario R. Diseño y Remodelación de un Periódico. España: Ediciones Universidad de Navarra, 1984. 203 p.

Guía de clase “Las Funciones del Medio Impreso” del curso ‘Taller de Diseño IV’ del programa Diseño de la Comunicación Gráfica. Docente Ricardo Castro Ramos, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali. 2007. 4 p.

KÜPPER, Norbert. Grabación de la mirada: Investigación del comportamiento del lector al leer periódicos [en línea]. Meerbusch, Alemania: Editorial-Design,1990. [consultado 11 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://www.editorial-design.com/leseforschung/Grabaciondelamirada.pdf>

LINDWELL, William. HOLDEN, Kritina. BUTLER, Jill. Principios Universales de Diseño. España: Blume, 2005. 215 p.

Notas de Clase del curso Taller de Diseño IV del programa Diseño de la Comunicación Gráfica. Docente Ricardo Castro Ramos, Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali, 2007.

SOLANO, Ronald. Teoría de Sistemas [en línea]. Buenos Aires: Monografías.com, 2002. [Consultado 7 de abril de 2008]. Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos11/teosis/teosis.shtml>

TENA PARERA, Daniel. Diseño grafico y comunicación. Madrid: Editorial Pearson, 2005. 264 p.

Resumen población estudiantil en pregrado periodo enero - mayo de 2008 por programa, sexo y jornada. [en línea]. Cali: Oficina de Planeación - Universidad Autónoma de Occidente, 2008. [consultado 21 de mayo de 2008]. Disponible en internet: <http://bach.uao.edu.co:7778/pls/portal/url/ITEM/460D180E70A974BDE04010AC20C9394B>

ZORRILLA, Jesús. Principios de diseño periodístico. Madrid: Eunsa, 1999. 128 p.

ANEXOS

Anexo A. Análisis histórico de secciones de El Giro

Pág	EL GIRO 1	EL GIRO 2	EL GIRO 3	EL GIRO 4	EL GIRO 5	EL GIRO 6	EL GIRO 7	EL GIRO 8	EL GIRO 9	EL GIRO 11
1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1	PORTADA 1
2	OPINIÓN 2	TENDENCIAS 7	CULTURA 3	OJO AL MEDIO 1	CULTURA 3	CULTURA 2	OPINIÓN 2	OPINIÓN 2	OPINIÓN 2	OPINIÓN 2
3	OPINIÓN	PERFILES 1	GENTE 1	GENTE 1	TENDENCIAS 1	CULTURA	OPINIÓN	OPINIÓN	OPINIÓN	OPINIÓN
4	PERFILES 1	OPINIÓN 2	OPINIÓN 2	OPINIÓN 2	OPINIÓN 2	OPINIÓN 2	ACADEMIA 3	ACADEMIA 2	ACADEMIA 2	CRÓNICA 2
5	OJO AL MEDIO 3	OPINIÓN	OPINIÓN	OPINIÓN	OPINIÓN	OPINIÓN	ACADEMIA	XX AÑOS	ACADEMIA	CRÓNICA
6	OJO AL MEDIO	OJO AL MEDIO 4	OJO AL MEDIO 4	VIDA URBANA 6	GENTE 1	MEDIO AMBIENTE 1	TENDENCIA 2	XX AÑOS	POLÍTICA 1	ENTREVISTA 2
7	ACADEMIA 2	OJO AL MEDIO	OJO AL MEDIO	VIDA URBANA	ACADEMIA 3	ACADEMIA 4	TENDENCIA	XX AÑOS	TECNOLOGÍA 3	ENTREVISTA
8	TRADICIONES 2	OJO AL MEDIO	OJO AL MEDIO	VIDA URBANA	INTERNACIONAL 4	ACADEMIA	ENFOQUE 3	XX AÑOS	TECNOLOGÍA	SALUD JUVENIL 2
9	TRADICIONES	OJO AL MEDIO	OJO AL MEDIO	VIDA URBANA	INTERNACIONAL	ACADEMIA	ENFOQUE	XX AÑOS	TECNOLOGÍA	SALUD JUVENIL
10	ENSAYO 2	CRÓNICA 2	ACADEMIA 1	VIDA URBANA	MEDIO AMBIENTE 2	TENDENCIAS 2	VIDA URBANA 3	XX AÑOS	ENFOQUE 2	VIDA URBANA 2
11	ENSAYO	CRÓNICA	VIDA URBANA 7	VIDA URBANA	MEDIO AMBIENTE	OJO AL MEDIO 1	CULTURA 3	CULTURA 1	ENFOQUE	VIDA URBANA
12	ECONÓMICAS 1	INTERNACIONAL 1	VIDA URBANA	POLÍTICA 2	ESPECIALES 2	ESPECIALES 2	ACADEMIA 2	VIDA URBANA 1	SALUD 2	PORTADA 3
13	ENFOQUE 6	ECONOMÍA / POLÍTICA 1	VIDA URBANA	POLÍTICA	ESPECIALES	ESPECIALES	CRÓNICA 1	TENDENCIAS 2	SALUD	PORTADA
14	ENFOQUE	VIDA URBANA 2	VIDA URBANA	ENFOQUE 4	VIDA URBANA 2	VIDA URBANA 4	POLÍTICA 2	MEDIO AMBIENTE 2	OJO AL MEDIO 2	PORTADA
15	ENFOQUE	VIDA URBANA	VIDA URBANA	ENFOQUE	VIDA URBANA	VIDA URBANA	POLÍTICA	MEDIO AMBIENTE	OJO AL MEDIO	LO NUESTRO 1
16	ENFOQUE	ENFOQUE 4	ENFOQUE 2	ENFOQUE	POLÍTICA 2	POLÍTICA 2	VIDA URBANA	XX AÑOS	PORTADA 2	MEDIO AMBIENTE 3
17	ENFOQUE	ENFOQUE	ENFOQUE	ENFOQUE	POLÍTICA	POLÍTICA	VIDA URBANA	XX AÑOS	PORTADA	MEDIO AMBIENTE
18	ENFOQUE	ENFOQUE	INTERNACIONAL 2	ENSAYO 3	INTERNACIONAL	VIDA URBANA	PERFIL 2	XX AÑOS	TENDENCIAS 1	MEDIO AMBIENTE
19	ACADEMIA	ENFOQUE	INTERNACIONAL	ENSAYO	INTERNACIONAL	VIDA URBANA	PERFIL	XX AÑOS	VIDA URBANA 3	CULTURA 2
20	DEPORTIVAS 1	ESPECIALES 3	ESPECIALES 2	ENSAYO	ENFOQUE 2	ENFOQUE 4	REPORTAJE 2	TENDENCIAS	VIDA URBANA	CULTURA
21	TENDENCIAS 2	ESPECIALES	ESPECIALES	TENDENCIAS 4	ENFOQUE	ENFOQUE	REPORTAJE	POLÍTICA 3	VIDA URBANA	GRUPOS ESTUDIANTILE 1
22	VIDA URBANA 5	ESPECIALES	VIDA URBANA	TENDENCIAS	CULTURA	DEPORTES 2	ENFOQUE	POLÍTICA	CULTURA 2	ACADEMIA 2
23	VIDA URBANA	TENDENCIAS	VIDA URBANA	TENDENCIAS	CULTURA	DEPORTES	SALUD 1	POLÍTICA	CULTURA	ACADEMIA
24	VIDA URBANA	TENDENCIAS	CULTURA	DEPORTES 2	CINE 2	ENTREVISTA 1	OJO AL MEDIO 2	TECNOLOGÍA 2	DEPORTES 1	GALERÍA 1
25	VIDA URBANA	TENDENCIAS	CULTURA	DEPORTES	CINE	ACADEMIA	OJO AL MEDIO	TECNOLOGÍA	MEDIO AMBIENTE 3	
26	GENTE SOLIDARIA 2	TENDENCIAS	ENSAYO 1	INTERNACIONAL 2	ACADEMIA	PERFIL 2	DEPORTES 2	DEPORTES 3	MEDIO AMBIENTE	
27	OJO AL MEDIO	TENDENCIAS	TENDENCIAS 1	INTERNACIONAL	ACADEMIA	PERFIL	DEPORTES	DEPORTES	MEDIO AMBIENTE	
28	CRÓNICA 2	TENDENCIAS	DEPORTES 1	ACADEMIA 1	DEPORTES 4	MÚSICA 2	CULTURA	DEPORTES	CINE 2	
29	CRÓNICA	DEPORTES 2	MÚSICA 1	MÚSICA 1	DEPORTES	MÚSICA	CULTURA	CRÓNICA 3	CINE	
30	VIDA URBANA	DEPORTES	MEDIO AMBIENTE 1	TENDENCIAS	DEPORTES	ENFOQUE	MÚSICA 2	CRÓNICA	PERFIL 2	
31	GENTE SOLIDARIA	MÚSICA 1	CRÍTICA 1	LITERARIA 1	DEPORTES	ENFOQUE	MÚSICA	CRÓNICA	PERFIL	
32	TENDENCIAS	PUBLICIDAD 1	PUBLICIDAD 1	PUBLICIDAD 1	MÚSICA 1	TENDENCIAS	CULTURA URBANA 1	PÁGINA LITERARIA 1	GALERÍA 1	
TOTAL DE SECCIONES	14	14	17	15	15	15	16	12	17	13

	EL GIRO 1	EL GIRO 2	EL GIRO 3	EL GIRO 4	EL GIRO 5	EL GIRO 6	EL GIRO 7	EL GIRO 8	EL GIRO 9	EL GIRO 11	PROMEDIO
SECCIONES	14	14	17	15	15	15	16	12	17	13	15
NÚM. PÁGS. DE LA SECCION MÁS REITERATIVA	6	7	7	6	4	4	3	11, 3	3	3	5
NOMBRE DE LA SECCION MÁS REITERATIVA	ENFOQUE	TENDENCIAS	VIDA URBANA	VIDA URBANA	INTERNACIONAL; DEPORTES	ACADEMIA; VIDA URBANA; ENFOQUE	ACADEMIA; VIDA URBANA; ENFOQUE; CULTURA	XX AÑOS; POLÍTICA; DEPORTES; CRÓNICA	TECNOLOGÍA; VIDA URBANA; MEDIO AMBIENTE	PORTADA; MEDIO AMBIENTE	VIDA URBANA

Anexo B. Entrevista con el Decano de la Facultad de Comunicación Social, Dr. Álvaro Rojas Guzmán

Entrevistador: Diego Humberto Quintero Fdez.

Entrevistado: Decano Álvaro Rojas Guzmán

Duración: 28'37" (00:28:37)

Entrevistador: Bueno esta es la entrevista para el doctor ÁLVARO ROJAS GUZMÁN decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente, bueno decano nos gustaría que de pronto nos contaras un poquito acerca de lo que conoces de la historia de El Giro ¿cómo empezó?, ¿ por qué empezó?.

Entrevistado: bueno este es un proyecto que lleva ya algún tiempo y se origina en una visita de pares que yo hago a la universidad autónoma de Bucaramanga a la acreditación y haya había una Sala de Periodismo que me llamo mucho la atención y vi como estaban ellos sacando el periódico en vivo y en directo, ósea era realidad tanto que ese periódico en este momento se ha vuelto un periódico muy importante en Bucaramanga, y se hicieron muy importante por el análisis de las elecciones que salieron primero que el tiempo el país ellos trabajaban toda la noche, ósea ellos el sistema que tienen es trabajar estilo periódico de verdad con todos los corre, corre, con todos los azares, con la premura de Creo que en este momento esto ya es un seminario y ellos también arrancaron así. Lo que pasa es que ellos siguieron mucho mas, pienso yo, que mucho más impacto, tal vez porque Bucaramanga es más pequeño. De pronto vanguardia liberal pues que era el otro periódico para aprovechar la coyuntura como de salir al mercado con un objetivo que era la ciudad y fuera de eso pues con una gran promoción y apoyo de la empresa privada, entonces de ahí nace El Giro. Vengo con la idea de RODOLFO GÓMEZ trabajando en ese proyecto le encargo de que miremos a ver cómo podemos hacerlo aquí. Yo vi a ya que había una sala con computadores, que tenían ellos posibilidad de tener su televisión, su radio, era donde podían ellos mismos ahí escribir y entonces esa idea la traigo y bueno sale un proyecto en principio pensando en que fuera comercial en que fuera... para eso se contrata a ESAUD URRUTIA que tenía experiencia no solo como periodista y lo tomamos más que como periodista, como hacedor que es el que tenia de norte y sur la revista que tenia las negritudes por acá y de pronto allí hubo en ese momento Rodolfo sale, Rodolfo no le toca estar en el proceso, arranca realmente con Esaud y luego entra María Eugenia pero esa voz no sé, no le da

el brinco comercial que queríamos sino que se queda allí en un periódico con muy buenos artículos, con una edición muy despacio a mi manera de ver, muy despacio, no con la agilidad de un periódico Mabel hacen ver que este es un periódico investigativo este periódico más reflexivo más que de noticias es de análisis y crítica y luego pues empezamos a ver de que la universidad me había prometido máximo dos años de sostenimiento ya llevamos creo que 4 y el periódico no arranca económicamente, no se sostiene entonces siempre me costó esto y el otro y a mí me llamaba mucho la atención porque los otros si se comercializan así se regalan, después encuentro de que los mismos estudiantes hacían los artículos para los otros periódicos, en el otro se vende la pauta, en esta no se vende pauta al principio que el manejaba muy con el criterio académico de que casi que el aviso contamina el periódico de que es una idea que tienen ahora los académicos de que la plata que como que no saben que no se debe tocar la plata, resulta que yo creo que a uno en la vida de estudiante siempre sostenido como futuro profesional lo debe acostumbrar a que las cosas se cobran, las cosas valen y los negocios se hacen porque tienen que subsistir que uno no siempre va a tener, porque es muy rico en la universidad uno no sabe cuánto vale el periódico, entonces tenía que estar preguntando y nadie sabía cuánto costaba por que ese no es problema conseguir la plata cuando tú te la tienes que conseguir, sabes muy bien cuánto vale, que te toca etc. Esto ha sufrido varias etapas, el año pasado estuvo casi para no salir más, ahora se ha dado un nuevo impulso con Gustavo, creo que Gustavo toma esto con mucha energía con los practicantes involucrar a diseño en verdad involucrarlo, porque antes era por los latidos hágame el favor, venga ayúdeme a cualquier estudiante y yo creo que esas cosas tan informales no van dando los resultados eso te lo hacen una vez ya la segunda se te esconden y a la tercera ya no se dejan ver por qué dicen ¡vienen a fregarnos! para eso. Creo q la creación ahora del centro de producción de medios a logrado como que miremos desde otra perspectiva de servicios y aunque esos servicios aun yo puse un ultimátum esta es la última oportunidad que le doy a El Giro para que realmente salga y produzca y podamos también prestar otro tipo de asesoría desde el punto de vista periodístico, no por ejemplo estuve en una visita, me invitaron a la sabana y en la sabana tienen algo parecido de ahí saque la idea de centro de producción pero ellos tienen es integrados todos los equipos esto está con un software especializado para radio, este tiene un software especializado para esto aquello y todo se daba como alrededor de una sala no me acuerdo era una sala como de unas columnas y los computadores iban dando alrededor de ellos y siempre había un profesor allí, era como una sala de sistemas pero especializada y ellos no solamente hacen el periódico de ellos sino que te cargan por decir algo tal entidad o tal fundación tienen su boletín o su periódico ellos se lo hacen y con eso se sostienen y entonces por decir algo aquí está la fundación MAC entonces hacemos el periódico, entonces es un trabajo permanente de producción así no sea para ellos, sino eso con eso, se sostienen entonces son autosuficientes de allá de la sabana fue que me traje la idea de volverlo una electiva y del centro de

producción de ahí nace que se vuelvan unas electivas. Porque en primer lugar con eso me descansa el pago del profesor porque si yo la tengo como electiva esta dentro de la nomina, entonces el profesor te da la digamos como la clase, pues es el profesor asesor permanente y tenemos como pagarle porque ya la universidad dijo.... Bueno, si no hay como sostenerse entonces esto ha sido un nuevo invento no lo logramos con la Sala de Periodismo. No logramos q alcanzara a salir como una asignatura ahí vamos cogiendo de aquí de allá el mismo pago de los practicantes tiene que salir de algún lado por si aquí, que por lo menos me dieran para un número de practicantes el centro ya con la figura centro, pues yo logro manejar una cosa y la otra. El Giro tiene mucha expectativa porque es lo visible y lo tangible, usted sabe que toman el periódico, el papel de lo que uno se unta las manos, queda untado de tinta, pues sigue gustando y sigue siendo un medio. Ellos también hacen algo por internet, como hacen algo por radio, pero realmente la presencia más real es El Giro y la gente me pregunta ve no volvió a salir y yo creo que por eso se sigue el suceso de los periódicos y mire, el espectador toda la bulla hasta que lo van a volver otra vez un diario porque no concebían que el espectador fuera un semanario, entonces yo creo que esa parte pues hay que aprovecharla, yo creo que si ahora se le da la vitalidad con un gerente al frente del centro y con que estén pensando no solamente en que salgan los artículos muy bien académicamente sino que veamos cómo nos podemos sostener, esa es más o menos la idea de El Giro, El Giro siempre fue creado como una práctica para los estudiantes internos, una posibilidad de poder trabajar dentro de la misma universidad por lo tanto es un proyecto educativo académico pero yo creo que también tiene que ser un medio que realmente no se vuelva un ladrillo y eso es otra parte en la que yo he insistido mucho porque es de jóvenes sin necesidad de volverlo light pero yo me imagino que dentro del diseño ustedes tienen una concepción y hablamos y comparamos con otros en el cual uno dice ¡ve estos dos muchachos! Creo que es una cercanía de la palabra de la del valle, la palabra lleva mucho tiempo ellos tienen un sistema de distribución a través del mismo periódico, a mí me llega por medio del país, a mí siempre me llega cada mes, curiosamente es un periódico muy al estilo académico como era los que han ido acabando las revistas culturales y los anexos literarios que tenían los periódicos, mire que el tiempo ya saca yo creo que cada mes ahora uno que se llama "algo cultural" una cosa así: pero ya no sacan ese cuadernillo de 4 hojitas que hay siempre pesados y que son de poca lectura. El espectador lo compraban también por su separata, el paisa tenía su gaceta que esa era un poco más ágil menos en una época, también tenía su peso entonces yo no sé, yo siempre tengo duda por ejemplo: aquí hay profesores que dicen ¡ole qué bueno! El artículo que lo lee ahí me dijo un profesor he encontrado un error pero quiero hablar con el editor de que generación son que o arroz no fue primero que la caña el arroz lo trajeron de... yo no sé en cuál de los artículos hablan del arroz y de la caña, pero eso me dio un índice que lo están leyendo ósea así sea para corregirlo entonces dijo ¡allí hay un error histórico! Se ve que el tipo sabe de todas estas cosas. Yo no sabía si el arroz o la caña llego

primero pero él dice que llego primero... mejor dicho la caña era de aquí el arroz lo trajeron entonces fíjate que si hay cierto público, pero de eso nunca se ha hecho tampoco una medición ¿Cuál es el público al que le está llegando? y ¿cuál es el público al cual nosotros queremos llegar?, yo creo que ese gran vacío hace que empecemos a dar para un lado para el otro, ¿no? Y que no podamos como decir nos da la misma que salga cada dos meses o que salga cada tres pero que salga y preciso y no que siempre nos pasa que a última hora de las carreras pues no hay ni una posibilidad, yo tengo mucha fe en este grupo de ahora sin demeritar lo anterior, yo creo que estos son ensayos, pasamos de un tema muy serio pero yo creo que ahora se le dio como un movimiento distinto de aire nuevo con mayor participación estudiantil, pero con participación con compromiso por que son prácticas de grado, ósea son trabajos que me dan la posibilidad. Gustavo esta como muy entusiasta y muy pendiente y el eso le gusta, entonces creo que dimos otras posibilidades.

Entrevistador: pero entonces relacionado exactamente a quien vamos dirigiendo, Quien nos está leyendo, En un momento inicial cuando planteo la idea de la posibilidad de giro y de Sala de Periodismo ¿cuál era su intención?

Entrevistado: yo creo que era, no recuerdo en este momento y sería bueno que ustedes consiguieran el proyecto original, lo voy a ver. Creo que tenía entendido que era para la población universitaria, no solamente la autónoma de Cali, lo que pasa es que en un momento dado eso depende mucho de quien está al frente, cuando estaba Germán Ayala, Germán Ayala es muy riguroso, es de periodismo político, periodismo crítico, casi periodismo anti medios no! Gustavo es mas el periodista de que hacer ósea son dos cosas distintas y uno los buenos productos sin ser el uno malo y el otro bueno sino son distintos entonces primero fue Esaud y Esaud pues le dio ese toque haber la intención de Esaud básicamente una intención comercial que no se logro, aun que él es un excelente periodista y un excelente hacedor de periódicos y revistas, entonces yo creo que yo lo que trataba era de combinar, bueno aquí esta lo académico, me traigo el tipo de afuera que es fuente periódica aun con el hablamos en un momento dado si él me compraba El Giro ósea si el mismo lo metía, como uno de sus periódicos, sof- el sur, El Giro o yo compraba norte y sur se producía bajo un lema que esas negociaciones no se llevaran a cabo porque aquí es difícil si como universidad con todos los parámetros que hay que seguir y las lea y me compro norte, me compro sur y entonces dijimos no, pues yo tenía así como dos años que se prolongaban a 4 de sostenimiento dije mientras tanto vamos siguiendo publicidad pero eso no se dio, pero yo entiendo que eso era para universitarios lo que pasa es que creo que paso de universitario a académico de profesores más que de estudiantes y eso porque no hay ningún estudio que me certifique que eso es así, pero entonces uno ve los altibajos porque aquí le llegan a uno para la orden, para firmarla para el periódico entonces uno ve los altibajos que eso tiene he... la reunión que hicimos creo que fue la primera y que me llaman y que fue la presente en que

hagamos un análisis, eso es bueno me parece si antes funcionábamos muy aparte y cuando te lo ponen en el otro sección cuando son esas islas a veces también se pierden el control el tener esa sala permanentemente abierta hasta que horas eso me va a causar problemas porque hay también a veces hacen sus tareas, sus grupos, a veces se los encuentra uno con guitarra, se encuentran los novios eso se vuelve un centro de... puede que no tengamos ningún control de parte administrativa como se está haciendo todo, eso influye para credibilidad de las mismas directivas a su periódico

Entrevistador: perfecto

Entrevistado: ya hay te he contestado

Entrevistador: bastante, he... la Facultad he... para la Facultad que representa El Giro como producto que se comunican internamente y externamente ¿El Giro que representa?

Entrevistado: Bueno para la Facultad yo creo que es un medio de expresión con un tinte académico de práctica y un motivador hacia el área periodista porque, porque el área de periodismo ha sido muy disminuido tal vez por la misma razón laboral con los pocos medios que hay en Cali esta el país y pare de contar, porque el tiempo lo hacen en Bogotá y lo imprimen en Cali, está el caleño esta él pero es del mismo país ¿Cómo es que se llama? ¡se llama que hubo! esta occidente pues que ese muy poco lo que es participar entonces realmente ese campo laboral tan restringido se ven el campo también de la radio en el cual todos son nacionales quedan unos pocos como enlace en las ciudades RCN maneja en Bogotá con Juan Gossain, y estos CARACOL lo maneja también entonces yo creo que eso ha hecho la televisión misma funcionamos con Telepacífico lo que podemos hacer nosotros pero realmente no hay un fuerte porque todo lo demás está en Bogotá entonces, el área del periodismo fue disminuyendo, fuimos cada vez menos, la organizacional ha tenido como mas nombres, oportunidad porque hay muchas más empresas que periódicos y entonces la idea con esto era como reactivar esa, área por eso la Sala de Periodismo pertenece. Mariu era coordinadora del área de periodismo, los profesores de periodismo en vez de hablar carreta en un catedrático de estos y hablar y hablar pues que tuvieran como ese campo experimental, de verdad ósea la idea mía es que juguemos de verdad. Ósea hagamos todos dinamismos, aun podemos que hasta una rotativa, aquí que oigan ese ruido y todo me parece interesante. Ahora lógicamente entre lo que les estoy diciendo y el proyecto a parado gran en el cual pues también los medios han cambiado los sistemas de comunicación, pues hoy en día todo se hace digital mucho más fácil, la idea es que sea campo de práctica de los estudiantes y un estímulo, un motivador para que de la sala del periodismo salgan verdaderos periodistas. La prueba es que en sanana por ejemplo la semana no la hemos tomado nosotros. RCN en Bogotá son entidades que uno

dice ¡huy pero en Bogotá hay 18 Facultades! Y llevar gente practicante de Cali pues para mí es un gran triunfo y la gente que han triunfado en los medios. Este muchacho por ejemplo que gano el premio Simón Bolívar, toda esta gente que ha sobresalido, toda ha sido de la otra vez sacamos en la lista y todo ha salido de la Sala de Periodismo, entonces el objetivo académico se ha cumplido, la gente se motiva ahora que los escritores tengan otras tendencias es otro paseo pero se ha cumplido con el objetivo de que la gente que está allí ahora cuando se abrió creo que la primera vez que se abrió tuvimos solicitudes de más de 44-50 estudiantes, esto es una locura porque nosotros esperábamos que nos fueran a salir 10 estudiantes, porque esto era un voluntariado, ahora estamos vendiendo la idea es q esto se convierta en electiva de tal manera que el compromiso también sea académico y eso me ayude a pagar un profesor.

Entrevistador: y frente a la comunidad universitaria es la preocupación que tú tienes, ¿Cuáles? La retroalimentación que has tenido de la comunidad universitaria, no me refiero solo a profesores, sino también a estudiantes, todos los que lo consumen, ósea han percibido de esa percepción que ellos tienen de alguna manera.

Entrevistado: Bueno yo creo que esta es nuestra gran falla y realmente los estudiantes no lo han dicho ósea, que yo puedo decir no! cuento anécdotas como el decano de economía me dijo, que eso era superior a la palabra que el venia de la del valle y cosas así y gente que cuando salió de impacto pero yo realmente a los estudiantes y nunca les hemos preguntado y ustedes que piensan o si lo conocen por que puedo llevarme la sorpresa de que el estudiante no lo conoce, El Giro y ¿eso qué es? Que creo que estamos en mora de hacer un estudio de esos serio, y aun y ver, en otras partes, pero empecemos por casa ¿Qué piensan los estudiantes de la autónoma? por ejemplo es increíble que en la promoción por ejemplo, en la publicidad no esté la publicidad de la autónoma. Yo cuando estaba Luis Fernando Ronderos en mercadeo el me pagaba una pauta, le cobraba un millón de pesos por una página un pedazo de la autónoma pero eso me ayudaba porque era el 50% de lo que me costaba el periódico, si, Pero yo no sé, Esa parte por ejemplo en esta no hay absolutamente nada y es visitar un poquito o la de mercadeo, de pronto es visitar un poquito la misma Facultad, mire que evento, Que cosa, Como promocionamos allí la universidad que creo que hay un vacío institucional si! Ósea yo sé que hay los boletines que saca la universidad pero yo creo que allí podría a ver una selección de algunas cosas. No...

Entrevistador: Como para terminar, una pregunta, si tu le tuvieras que cambio o grafico u contenido a El Giro ¿Cuál le sería?

Entrevistado: bueno, yo lo volvería mucho más ágil mucho mas legible a nivel noticioso, ósea que como cuando uno se lee un periódico no volverlo light

totalmente pero si mucho más ágil al estilo de los jóvenes que a veces ellos quieren que les impacte la noticia visual y a mí me gustaría que tuviera mucho mas colores, que tuviera más diagramación como novedosa, donde allá mucha imagen, porque creo que eso ganaría. Fíjate a El País le tuvieron que hacer toda una transformación para volverlo más visual, personalmente me pareció que perdió. Pero parece que los estudios que ellos hacen porque en estos días leía, pues parece que se ajustaban que uno estaba acostumbrado a mas lectura y menos fotos, ahora se gastan una foto entera en una página, pero bueno se pueden dar ese lujo, por la plata que están recibiendo por eso, pero a mí me gustaría que eso fuera mucho ágil que conquistara. Realmente unos intereses a estudiantes y de pronto tuviéramos como unos fijos, hablan buen sobre artes, sobre la cultura, los jóvenes que están pensando en pintura. una sobre música, y de pronto también una que pueda ver la pagina de análisis político o pueda ver también la pagina sobre ciudad pero que mire unas temáticas que uno sabe que encuentra esto ahora, acabe de abrir una página dice! periodismo joven me lo mandan entonces, como están todas las temáticas entrevista siempre que creo que en giro echamos todo lado es mi impresión, yo no soy periodista pero da la impresión que uno tiene como de todo un poquito pero distinto y no hay como unas líneas muy claras. Bueno vamos a sectorizarlo, debería haber algo de pasatiempo por ejemplo: el cual pueda ser un crucigrama o eso que está ahora tan de moda, los numeritos, algo que pudiera como impactarle como al muchacho aunque sea que lo que cojan para eso entonces yo creo que debía haber algo como de noticias universitarias no solamente la autónoma, ¿qué es lo que pasa? ¿Qué es lo que hay? pienso que si estamos pensando en comunicación, estamos pensando en cine, pues debería haber una sobre una ósea hacerlo más ágil y como de doble vía, por ejemplo como no hay una de opinión para que gente que nos diga que ¡eso es una porquería! Pero bueno están diciendo que es porquería

Entrevistador: ¡Pero lo están leyendo!

Entrevistado: pero lo están leyendo, yo le daría ese punto tan acartonado porque yo veo que es bueno, pero un mensaje a ratos uno se cansa por mas que le metieran fotos, ¡este me gusto mucho! Lo que fue ya visual, el diseño me gusto muchísimo lástima que no todo sea y que hubo ese problema de evitar que no se contaba que eso se ve incompleto, eso hizo y no de esta forma, entonces hizo que visualmente a ratos... aquí continua el negro, pues.

Entrevistador: exacto, noto que la misma nitidez, en la fotografía no es muy buena... Ahora por ejemplo podemos establecer como el concurso de la fotografía, mándeme entonces cada vez sacar una hojita donde la fotografía sale y yo me voy a esmerar porque si salgo allí es porque me lo gane, ósea, cosas así... cosas así que hubiera como una participación de las noticias que a el estudiante le gustaría dar, por ejemplo uno dice ¡a estos muchachos les encantan los deportes! Ahí, hay como un comentario, de pronto a veces y si lo

hace en filosofando a través del deporte, entonces eso se vuelve pesado, pero si de pronto de la crisis que ha sufrido todo esto... equipos del valle porque ahí crisis ósea, cosas que pueda pensar los muchachos, la subversión rojo y verde, ¿qué pasa? Creo que eso sería lo que a mí me gustaría no en un momento dado pero como te digo lo estoy hablando más que como decano, lo estoy hablando mas como lector, el desprevenido que yo les digo a ellos, no soy un especialista en esto, pues yo lo miro como de la mirada de cualquiera de a fuera.

Entrevistador: perfecto... muchas gracias quedamos contentos con la entrevista

Entrevistado: ¿te hable mucho? Pero era mejor así que por preguntas, bueno y lo que necesites y te pueda servir.

Anexo C. Entrevista con el Jefe del Departamento de Comunicaciones de la UAO, José Antonio Bedoya

Entrevistador: Manuel Alejandro López Pino

Entrevistado: José Antonio Bedoya

Duración: 15'31" (00:15:31)

Entrevistador: estamos en la oficina del jefe de departamento de comunicaciones de la Universidad Autónoma de Occidente, JOSÉ ANTONIO BEDOYA. Y vamos a empezar con la entrevista. Cuéntanos José ¿Cómo cuál ha sido el proceso que se ha llevado a cabo, pues entre el departamento con la Facultad en cuanto a El Giro y sus realizaciones?

Entrevistado: pues realmente no ha habido un trabajo integrado, lo que eventualmente puede haber habido fue un apoyo en el departamento en algunos casos, pues básicas incluso como parte de dependencia, la universidad y a los cuales se la ofrecemos a todos, es decir, los carnet, algunos impresos, no sé ese tipo de apoyo q realmente es un apoyo para todas las dependencias, pero realmente nunca hubo un acercamiento real, es decir estuvimos en conversaciones muchas veces, en cada semestre con la posibilidad de que algún material de lo de la sala, obviamente la sala del periodismo, que esencialmente producida al giro, de pronto en una circunstancia se hicieran otros productos, pero esencialmente era ese. No hubo posibilidades de que esos productos pudieran ser publicados en la web, lo propusimos pero nunca pudimos llegar digamos a un feliz término alrededor de eso se publicaron tal vez un par de productos y eso mas por interés de los estudiantes que por otra cosa. No ha habido una retroalimentación así en donde tengamos algún contacto, ese realmente ha sido como un trabajo ahora. ¿Q ha habido? Ha habido el proceso digamos como con todas las dependencias es que como tienen un producto impreso o algunos un producto q tienen una presencia de marca nuestra, digamos que esa es nuestra labor y lo que hacemos es que revisamos eso, por lo general siempre sale mal aplicado, luego a pesar de que hemos hecho muchos esfuerzos por eso, aunque me digan que sí, q va a salir llega a última hora y lo firmamos, pero ya en el ultimo creo que hicimos un ajuste final, donde dice ¡mira porque este hasta que no lo vemos aquí, no firmamos! esa solicitud de materiales porque nos ha pasado donde tiene una reserva blanca, bueno, hay una serie de inconvenientes que se han presentado.

Entrevistador: desde esa posición ¿cual crees tú que es la función que desempeña El Giro frente a la comunidad de la universidad?, ¿cómo vez tu El Giro frente a la comunidad autónoma y la universitaria general de la ciudad?

Entrevistado: yo siempre vi la posibilidad de El Giro como una gran posibilidad, como el lleno de un vacío que hay, que sin llegar a cumplirlo cabalmente el clavo a logrado entrar en un escenario que podríamos denominar más que otra cosa. No es un periodismo universitario es un periodismo joven que es diferente, yo siempre albergue la esperanza y le hice las críticas, los comentarios más constructivos alrededor. El Giro debería ser no te digo que exactamente el clavo, pero debería ser una oportunidad no es para que los estudiantes hablaran de las universidades ni de los universitarios, sino que desde una mirada joven abordaran temas para los jóvenes, es decir, que tuviera una mirada joven sobre los temas que fueron bien argumentados, bien estructurados y bien asesorados para que escribieran. Entonces lo que yo siento es que representa mucho para la institución como algo que desde aquí se mire y se construya, porque no debe de ser un material para la institución en si exclusivamente, tiene que ser un material, un tipo de periodismo que yo incluso lo plantearía un poco más allá, más que un periodismo yo diría que sería algo muy chévere incluso con la visita de HÉCTOR ABAT debería de ser casi que un estilo de periodismo literario, es decir que nos fuéramos un poco más allá, que fuera un material para leer, que no fuera un material para ojear, que no fuera para saltar de título a título, sino que se construyera de tal manera que los estudiante o quien lo leyera pudiera encontrar algo y comenzar a construir opinión. Siempre he pensado que tenemos un gran problema en este país, es que no hay construcción de opinión, cuando no hay construcción de opinión la gente viene y dice cualquier cosa y la gente le cree. Entonces yo creo que es la gran oportunidad de la academia de elaborar un tipo de periodismo joven para un espacio que este vacío, sino lo está cubriendo nadie.

Entrevistador: Para enfocarnos más en El Giro como tal en tu per sección ¿que representa El Giro para ti como lector?

Entrevistado: De nuevo diría que una gran expectativa, he leído El Giro pero pues el hecho de ser una publicidad tan especial le hace perder una continuidad, o hacia donde se ha ido, creo q todavía hay un elemento que es típico de uno cuando esta pelado en la universidad y es que quiere opinar y piensa que puede opinar sobre cualquier cosa y de verdad para opinar hay que construir bien, hay que tener una claridad mental para opinar y a veces se es muy ligero eso, pero eso no es malo, es decir, eso es parte de la formación pero creo que siempre he pensado que quienes orientan El Giro desde la academia deben ser más rigurosos y deben construir con todo el tiempo que tienen mejores productos con los estudiantes, a su vez, a veces siento que los temas son totalmente desenfocados, perdidos se desaprovechan hay temas muy buenos, pero totalmente desenfocados tal vez porque no hay una

orientación adecuada, una investigación adecuada, una sustentación, una precisión en lo que se dice. El periodismo tiene algo que ha partido y es que cualquiera hace un comentario sin ninguna argumentación y se es uno de los grandes problemas que tenemos, pues la gente termina opinando sobre el tema y un periodista no debe opinar sobre un tema, debe presentar puntos de vista, incluso posiblemente su punto de vista está en esa forma que lo plantea pero tiene que presentar argumentos y muchas veces en los artículos los veo flojos esa sería mi percepción como lector y como persona que quisiera encontrar algo más para leer.

Entrevistador: Y desde lo gráfico cuál es tu percepción.

Entrevistado: Creo que hay también hay mucho por hacer, cuando yo estoy planteando estas cosas las planteo más en un aspecto constructivo hay mucho por hacer cuando yo estoy planteando, estas cosas las planteo más en un aspecto de opinión. Desde mi mirar que podrá o ser aceptada, pero siento que ahí también estamos perdiendo, es decir, es un periódico demasiado acartonado demasiado. Es un periódico incluso que utiliza, si no recuerdo mal la parte roja que yo no sé si la gente ha pensado que si hablamos de la parte roja estamos hablando de la Universidad Autónoma de Occidente y no necesariamente es decir, lo institucional no está representando en rojo todo el mundo piensa que tiene que ponerle rojo a todo para que sea institucional creo, que primero que todo habría primero, incluso abordar la posibilidad de que no fuera rojo para que la gente sienta que no es un periódico de la Universidad Autónoma de Occidente sino que debería encontrar su identidad en lo que escriben, quien lo escribe y para que lo escriben, más que la institución que lo permite escribir, es decir, no puede estar la identidad gráfica de un medio ni un canal en su sombrilla o en su madre porque entonces le pierde muchos elementos. Tiene que encontrar su identidad propia en que ¿A quien le estoy escribiendo? ¿Por qué le estoy escribiendo? Incluso voy a ser una investigación alrededor de eso, bueno, como se comunican gráficamente los jóvenes ahora, que elementos gráficos hay que hacen que sientan algo más directo, más impactante, en ese sentido pleno que habría que explorar unos nuevos elementos gráficos. Un nuevo diseño que permita encontrar formas de comunicación gráfica que no se han explorado.

Entrevistador: ¿desde lo gráfico y lo periodístico has notado alguna evolución desde sus inicios?, que me imagino que todo estaba presente desde ese tiempo.

Entrevistado: la dificultad está, que me tocaría revisar un poco con los periódicos así como en una mesa, abiertos y comenzar a explorarlos. Rápidamente sería muy difícil, arriesgado y responsable de decir que no ha habido ninguna evolución, me parece que se vería mal, pero no tendría elementos de juicio en este momento, podría ser que ha tenido sus anti bajos, desde mi punto de vista

es decir que hubo un momento, hubo mejores artículos, mejores propuestas, mejores diseños, pero como se hacen unos cambios semestrales implica que hay que volver a aprender lo aprendido, y muchas veces por lo general se pierde incluso la persona que dirigía o que coordinaba entonces ya se pierde ese estilo que se ha ganado entonces se devuelven y vuelven arrancar desde cero, entonces puede ser que esto se halla implicado y que se halla reensayado varias veces y cuando tu reensayas pues prácticamente lo que haces es que partes desde cero y cometes como o los mismos errores o los mismos aciertos pero no evalúas y no vuelves y construyes a ver si aciertas o desaciertas, entonces es cierto que pudo haber tenido avances y retrocesos que han llevado a que los avances no se hayan podido aprovechar mejor y pues... cometer errores dos y tres veces no tiene sentido pero debe haber habido un aprendizaje que tal vez por el hecho de cambiar se ha perdido.

Entrevistador: Ya para terminar cual sería de pronto un cambio que tu tengas en mente, un cambio gráfico y o periodístico que le darían en este momento a El Giro como medio de empresa universitaria.

Entrevistado: yo no sé si estoy especulando pero a mí me parece que es una investigación, yo no sé si es una investigación alrededor de El Giro, si es una investigación alrededor de algunos elementos de comunicación aquí universitario, alguna vez creo que yo siento que un ejercicio muy interesante podría ser ese. Es decir, porque no explorar, hay una cosa que es real es decir no se está escribiendo para estudiantes primarios, ni de colegios o al menos no inicialmente. Puede ser que allá estudiantes primarios que tengan muy claro que es lo que quieren y digamos que aborden el periódico como una opción para leer, para informarse, para saber de... Pero creo que si hay un público joven hacia los últimos semestres y posteriormente estoy hablando de egresados o de profesionales jóvenes, de personas que ya son maduras que incluso podrían encontrar unas nuevas cosas de estudio, yo pienso, que se tendría que empezar a explorar a partir desde experiencias reales, entonces hay que explorar la palabra, hay que explorar el clavo, habría que explorar otro tipo de medios, verlos, ver que tienen incluso, hacer encuestas y revisar con relación las encuestas que encuentran allí incluso mirar en lo electrónico la gente porque aborda lo electrónico y que encuentran en lo electrónico. Con base yo creo que habría que hacer un esfuerzo y es hacer una pequeña investigación que le permite decir bueno que hay, que es lo que hay, creemos que es lo que debe ser y comenzar a escribir la identidad real de El Giro. A partir de conocer la identidad real de El Giro obviamente puedes comenzar a construir una identidad gráfica es decir porque lo uno no puede estar destinado a otro, en ese orden de ideas incluso apuntarles... ¡bueno esto es lo que queremos que sea El Giro y vamos a trabajar en la parte gráfica y apostarle a eso sostenido!, porque pues puede ser que al cabo de un tiempo sientan que como que la respuesta del público no sea buena pero es que esto es a largo plazo es decir esto es un proceso y es un proceso de mucha persistencia creo que hay que construir equipos desde muy bajo con estudiantes para que esos estudiantes se encarguen de estar por lo menos.

Anexo D. Entrevista con la Directora de Sala de Periodismo, María Eugenia Hernández

Entrevistador: Manuel Alejandro López Pino

Entrevistado: María Eugenia Hernández

Duración: 23'38" (00:23:38)

Entrevistador: ok estamos aquí en la sala de Comunicación Social con, docente María Eugenia Hernández que es la coordinadora de Sala de Periodismo y vamos a empezar la entrevista acerca de El Giro. Entonces María cuéntenos un poco acerca de El Giro, su historia, como empezó, pues todo ese cuento aquí en la Facultad.

Entrevistado: bueno mire, yo tengo que empezar diciendo que al hacer referencia a El Giro necesariamente hay que hablar de Sala de Periodismo, porque sin la Sala de Periodismo no existiría El Giro, la sala es el proyecto, es el laboratorio grande que cobija digamos 4 frentes de trabajo o libros de investigación o de producción periodística que son prensa escrita, corresponder al giro, hay otra línea que es audiovisual otra que es digital y otra que es producción radiofónica, la Sala de Periodismo es la sombrilla en donde convergen los 4 elementos o muchos más proyectos. mas en la Sala de Periodismo como una idea que trae el decano después de haber hecho una visita a la universidad de, en Bucaramanga en la Facultad de Comunicación Social tenían una especie de de espacio donde los estudiantes hacían producción periodística y hacían un periódico, el llevo con la idea aquí y yo no estaba vinculada como tiempo completo en ese momento estaba el profesor Rodolfo Gómez y se reunieron tanto Rodolfo como Esaud Urrutia que era tiempo decente, hora cátedra y estructuraron un proyecto a partir de la idea que trajo el decano y se llamo Sala de Periodismo cuando yo me vinculo lo primero que me pasan es un proyecto como de 6 páginas lo leí y eso hizo que me quedara con la jefatura de área porque yo tenía un poquito de recelo, el proyecto nace porque la Facultad tenia la visión de un espacio que sirviera como escuela de periodismo, no es suficiente con tener talleres de prensa ni con tener electivas que tengan que ver con competencias periodísticas, se necesita el espacio donde uno vea, pueda orientar y tener a los chicos allí haciendo periodismo, no jugando a hacer periodismo sino hacer periodismo en serio, se estableció entonces que medio íbamos a crear porque allí no se decía, que era simplemente Sala de Periodismo y hacer periodismo. Entonces digamos ¡bueno! Arranquemos con el medio impreso, hubo un proceso muy interesante y era y como se va a llamar

el medio impreso, en ese momento teníamos más o menos 25 estudiantes voluntarios y empezamos a hacer lluvia de ideas y ¿qué es lo que queremos proyectar? ¿Cómo queremos que nos vean? ¿Qué es lo que queremos hacer? ¿Qué equipo de periodismo nos interesa? Bueno mirando el contexto nosotros no nos vamos a repetir, hay otros medios universitarios, si lo que estamos pensando es enriquecer la oferta tenemos que hacer algo distinto. Entonces existía el clavo existía la palabra, y digamos ni periodismo literario ni periodismo light, tengo que hacer periodismo pero no periodismo jarto ni aburridor y empezamos nombres, y dele y eso fue como yo te diría como un mes de reuniones y entonces se estableció que un comité recogiera las ideas, las estructurara y luego nos retroalimentara y después quedaron unos 6 nombres y gano El Giro cuando ya teníamos esa pre-selección de nombres se la pasamos al decano en ese momento la jefe del departamento no era Mónica era otra persona que ya no está en la universidad y estuvieron de acuerdo con El Giro era una cosa muy linda y es que yo me acuerdo que hable con la profesora Natalia, Natalia el apellido de la profe de de Diseño Gráfico no me acuerdo el apellido.

Entrevistador: Calderón

Entrevistado: Natalia calderón, y resulta que le dije mira necesitamos un logo para la Sala de Periodismo nosotros estamos es trabajando con periodistas, no con diseñadores, como me puedes ayudar, me dijo listo. ¿Usted tiene claro que es lo que quiere? Usted tiene la idea? Usted podría decirle a mis estudiantes hacia donde tendrán ellos que enfocarse en términos de periodismo, cual tendría que ser la mirada para que ellos hagan una propuesta, le dije listo, Ella tenía 3 cursos, y les entrego lo que ustedes llaman...

Entrevistador: un briff

Entrevistado: un briff y me reunió con ellos y me llegaron más o menos unas 8 propuestas de logo y gano el logo que tenemos. Entonces fue muy chévere por que cuando surge El Giro es porque en medio de todo, también se inspira en el Diseño Gráfico las dos cosas se estaban haciendo al tiempo entonces cuando nosotros le presentamos al decano la idea del periódico con este giro y con este logo que indica que cual es El Giro. El Giro es, tenemos que tener una mirada distinta desde el punto de vista periodístico. Pero no periodístico genérico sino para un público específico que se llaman universitarios. ¿El Giro es ... Dar la vuelta y no es pensar en un medio no-ti-cio-so por eso se llama periodismo reflexivo siempre hemos dicho que para nosotros el punto de partida es la noticia no es el punto de llegada, nosotros lo que hacemos es recoger, recoger, recoger todo lo q hay en el entorno en el ambiente en lo que produce los mismos medios de comunicación pero vamos mucho más allá, queremos tener una mirada muy fresca, frente a la ciudad, la mirada del joven, y así fue como se creó El Giro entonces al comienzo todos los miembros de la

sala. Trabajan solo para El Giro, después...empezamos a ver que si nos llamamos Sala de Periodismo no correspondía periodismo genérico, implica las 4 frentes de trabajo que te indique al comienzo, si no se llamaría sala de prensa. Entonces ya ahí nos organizamos en grupos y de ahí en adelante han seguido esa estructura lo interesante de la sala es que cada subgrupo, tiene un docente, hora cátedra, o tiempo completo q orienta que hace los concejos de redacción o todo este cuento y así es como surge El Giro y surge por q definitivamente una Facultad de comunicación tiene que hacer escuela de periodismo, en este momento digamos en la Facultad manejamos tres aéreas: periodismo, audiovisuales y organizacional. Al comienzo de de cuando fue creada la Facultad he, digamos que la fuerza estuvo puesta en el periodismo, y se nota por ejemplo, en la gente que trabaja en el país, yo diría que entre el 40 y casi 50% de las personas que hoy están vinculadas con el periódico formalmente y contratadas son egresados nuestros. Cuando ya surgen otras líneas, pues ya este público también se divide por que tienen una oferta distinta, entonces baja un poquito como, como ese como se llama como lo que nos estaba dando el estatus, ya no era solamente periodismo, se crean otras dos áreas que empiezan a tener mucha fuerza, baja un poquito como el gusto por el periodismo y entonces ahí viene la Sala de Periodismo, cuando la Sala de Periodismo se crea, entonces ¡chum! Vuelve y se dispara el interés por el periodismo, pero se dispara ¿por qué? Porque estamos ofreciendo un proyecto concreto pero yo diría proyectos concretos, el estudiante lo que necesitan son espacios en donde pueda poner en blanco y negro que eso de hacer periodismo, una cosa es el deber ser, y de eso da cuenta la teoría pero es que el tiene en la práctica salir untarse hacer la reportería, defenderse en un consejo de redacción que no es fácil, porque tiene que llegar preparados con unos antecedentes, tiene que defender un enfoque y entonces allí por ejemplo uno coge y golpea fuerte y le dice ¿y qué diferencia hay entre el informe que tu estas proponiendo y lo hace un mes propuso el tiempo? Si somos alternativas se tiene que notar que es alternativa.

Entrevistador: Evidentemente... entonces

Entrevistado: Ahí no he respondido, algo

Entrevistador: si claro, obvio desde esa experiencia pues con los estudiantes y todo y tu experiencia como coordinadora a quien está dirigido El Giro y como representa El Giro a la comunidad autónoma y a la universitaria autónoma y de la ciudad.

Entrevistado: bueno, ahí tendría que hacer yo una distinción, una cosa es El Giro pensado en propósitos académicos o sea, con los chicos que están en la sala con otras personas que digamos nos rodean he el propósito es básicamente ofrecerles el espacio ya que ellos tengan una transición antes de salir a la realidad real a hacer el ejercicio profesional, lo mismo pasa con el practicante

de la sala, también lo que estamos es sirviendo de facilitador somos un puente entre esa ruptura que a veces es tan fuerte entre ser académico estudiante académico y llegar allá en donde uno generalmente se envolata mucho cuando empieza a ser el trabajo profesional he, siente que la universidad no lo preparo, siente que nadie le dijo que eso era así de duro, entonces lo que nosotros procuramos es, equívóquese aquí dese contra las paredes aquí que aquí nosotros los estamos apoyando y los estamos orientando, prepárese saque garras y afine sus competencias esa es una de las funciones que tiene que cumplir la Sala de Periodismo y El Giro en ese caso particular, el otro publico es el lector ahora si se ve reflejado o no se ve reflejado el lector en lo que nosotros hacemos es algo que todavía está por verse, nosotros digamos que por las condiciones de trabajo...no la universidad nos apoya, en todo hemos tenido los recursos para sacar el periódico, hemos tenido los recursos para tener a un docente, que hemos tenido los recursos para un practicante, para lo que no hemos tenido es y aun que alguna vez hicimos una alianza, con mercadeo no paso de allí de que nos hicieran un diagnostico pero un diagnostico que estaba acompañado de una estrategia que era extremadamente ambiciosa y costosa que nos decían que debíamos hacer toda una estrategia de mercado de impacto de impacto con cuñas en la radio y una cantidad de cosas que la verdad con el decano evaluamos que como que eso no era pertinente, no era el público, si nosotros queremos una estrategia necesitamos si, llegarle a lo que nos importa estudiantes universitarios de Cali ese es nuestro producto pues el lenguaje que utilizamos es el que ellos quieren pues yo diría si y nosotros le estamos intentando llegar a estudiantes universitarios maduros serios y estructurados aterrizados que les interesa ser cosas buenas que les interesa saber sobre la ciudad, sobre los procesos de la ciudad, sobre la vida de los jóvenes. Ellos quieren pedir moral que busquen otra cosa porque nosotros no estamos interesados en hacer periodismo light, entonces fíjate lo que, en donde, en donde digamos hay una ruptura que aun no logramos es por ejemplo hacer una encuesta, hacer un grupo local para El Giro 12 que debe salir a finales de este mes, tenemos pensado involucrar como una especie de... como se le llamaría?... como una cosa que, no es un desprendible es un... que sirva como que manera de de encuesta, y que con eso el lector nos empieza a retroalimentar con eso que es lo que queremos identificar si las temáticas que salen ahí les gustan, si se sienten identificados o no! De momento le estamos haciendo como desde la visión desde acá desde la nuestra, ahora intentamos interpretar, a través de los niños estudiantes nuestros que nos retroalimentan, a mi por lo menos mis estudiantes se me acerca y me dicen cosas de El Giro, hay docentes que me han escrito correos electrónicos diciéndome ¡mire! Que bien esto pero hay que afinar en esto y en esto pero no hay un estudio serio se necesita recursos, recurso humano, gente con competencias parta decir es que una encuesta se tiene que hacer así es que porque no pensamos en grupo focal así: porque la idea sería consultar a los de la Santiago, la javeriana, la libre, a todas esa partecita nos falta pero si te puedo decir con mucha claridad cuál es la intención. Periodismo reflexivo,

profundo, que no tiene que ser aburrido ni jarto prefiere... el ejercicio q estamos haciendo en este momento lo discutimos con Gustavo Mejía que es el actual editor del periódico es ¿cómo tratar a nuestros lectores? Les decimos tu, les decimos usted, o les decimos voz, lo más probable es que nos quedemos diciéndoles voz porque además tiene que ver mucho con ve, de voz, ve, mira ve, del vallecaucano el contexto cultural, hay estamos todavía hay una gran incógnita frente al lector y si ellos nos están percibiendo como nosotros creemos que nos perciben no tenemos un estudio serio todavía está por verse

Entrevistador: yo creo que ya estamos como culminando

Entrevistado: yo creo que si

Entrevistador: con lo de los cambios que se avecinan y con lo que sería con las mejorías que le hacen falta como al estudio

Entrevistado: ¿yo te puedo hablar de eso?

Entrevistador: si dale

Entrevistado: mira, en el último comité editorial se destacaron algunos digamos como situaciones que hacen que, no logremos el punto que hemos ambicionado tanto ustedes como diseñadores nosotros como periodistas, uno de ellos es que ahora a nuestros estudiantes les cuesta un poco entender que es periodismo enserio, periodismo profesional, y por lo menos ellos se preocupan mucho por la investigación y por la producción del texto, se les olvidad que cuando uno hable de prensa uno hable de articulo y no hay articulo si tú no tienes eso acompañado de una imagen, de una distinción o una infografía o algo en términos de imagen que lo acompañe y ahí nos embolamos un poquito pero también con que nos encontráramos que algunos son muy buenos para escribir creo que eso tiene q ver con lo que nos pasa a todos los seres humanos tenemos, tenemos he... digamos afinidades, con ciertas cosas para alguien. La escritura es un medio de expresión pero no lo ponga a trabajar con una cámara entonces que es lo que estamos haciendo en este momento, por un lado al...al... digamos... solicitando que ajustemos el proceso de tal manera que el encuentro con ustedes los diseñadores no sea el final sin que allá una etapa previa que creo que es ahí en donde nos encontramos. Ya con todos los materiales ya los pelaos pasaron ya, ya, ya tienen escritos sus artículos, lo que pasa es que en este momentico Mónica y el decano los tienen que revisar, pero mientras eso pasa el tener encuentro con ustedes los diseñadores que ustedes si saben, si esa fotografía aguanta o no aguanta nos va a ayudar muchísimo porque ustedes de una vez casi que nos ayudan a capacitar a los estudiantes y a decirle: no, mira lo que pasa es que estamos hablando de una fotografía que no va en una página web, estamos hablando de una fotografía que debería ser por lo menos de un cuarto de

pagina para que salga bien y tenga buen contraste y no salga pixelada, voz tenés que tenerla de tales y tales características, eso por ejemplo es un ajuste para que las cosas nos mejoren en términos de calidad de imagen y nos mejoren en términos de procesos mucho más eficiente he... otro cambio importante es que he... al editor le toca muy duro al final el está muy saturado revisando, ajustando, estando al lado de ustedes los diseñadores, con las huérfanas con las viudas, y con todo esto, entonces va a ver una persona nueva en el proceso que viene después de lo que él hace. Todas las revisiones. Vienen Marta Lucia Barona que también es del área, entonces se sienta con su lupa grade a mirar ya en el producto montado todo para descubrir si se fue una coma si faltó una tilde que aquí se nos fue esto, resulta que es Pepito Pérez... uy no es Juancito el que escribió el artículo para ir mirando y minimizando cada vez más los errores. Te quiero aclarar una cosa hasta en los más grandes medios aparecen los errores, pero eso no tiene por qué ser la excusa, yo creo que hay nosotros queremos ser un periódico de calidad, queremos que cuando lo tengamos en la mano todo el mundo diga ¡que dicha! Le trabajamos duro a esto pero cada vez esto está saliendo mejor yo siento que cada vez el periódico sale mejor se dijo por ejemplo que la imagen, la imagen que había que refinarla más y eso que la imagen a cambiado mucho y cambia desde el momento en que hace mas o menos año y medio cuando Ricar... el profesor Ricardo Castro de Diseño Gráfico se vinculo con la sala ese semestre y los tuvo a ustedes dos a... Diego y a... Manuel.... Que hicieron un trabajo estupendo nada más y nada menos que el diseño de los manuales, manual... manual... de diseño editorial estupendo, nosotros no lo teníamos nosotros tenemos un escrito de dos paginitas que se llaman criterios editoriales desde lo periodístico que es, que cosas pueden salir, que cosas no pueden salir. Pero esa parte no la teníamos eso por ejemplo nos marco. Una cosa era El Giro antes de... y una cosa muy distinta después de... eso es un cambio la... el cambio por lo menos de la portada si tu miras la portada del primer giro no se parece nada a esta portada si tu miras las paginas internas eran, si estas se ven pesadas en términos de textos cantidad de textos el primero segundo y tercero ni te cuento yo lo que creo es que tenemos todo el derecho de equivocarnos porque nosotros estamos haciendo proceso, apenas vamos a completar El Giro numero 12 creo que todos tenemos derecho a hacer proceso a ir interpretando, ajustando, replanteando, lo rico de poder hacerlo es tener equipo, si fuésemos los periodistas solos te digo que estaríamos en new york pero si nosotros tenemos al lado nuestro al frente nuestro, un par, un par que esta tan profesional como nosotros que quiere hacer las cosas también como nosotros pero que es nuestro, como se dice? Nuestro, es el que aporta lo que yo no sé en términos de no saber, Yo creo que las cosas van muy bien ¿hacia dónde va la saga? Y ¿hacia dónde va el periódico El Giro? Pienso que ha sido muy afortunado en que la Facultad piense en el centro de producción académica creo, que es un beneficio para todos los laboratorios. Nos va a proyectar a... con una gran empresa de comunicaciones con especificidades creo que podemos, dar, generar, unos desarrollos interesantísimos tanto

profesionales como académico he... ¿Qué piensa la Sala de Periodismo que le puede aportar esta nueva estructura? Es una cosa muy sencilla dentro de nuestra misión y nuestra visión está establecida que más o menos al 2010 Sala de Periodismo será una agencia de noticias regional, como estamos en sierras de tener plataforma virtual, allí hay una propuesta que complementa El Giro que es este giro va a estar en archivo PDF pero vamos a tener una propuesta distinta que se llama El Giro virtual ese, como por ejemplo, el impreso tenemos dos ediciones por semestre. El Giro virtual lo vamos a tener con una mayor periodicidad, pero adicional a eso vamos a tener como giritos que se llaman boletines informativos, ahí si vamos a ser noticia y ahí es donde empieza una nueva fase para la Sala de Periodismo que va a tener que ver es con estructurar noticias, generar noticias y empezar a aportarle, ¿porque no? A futuro a los medios de comunicación masivos noticias que se generan y se estructuran aquí mismo en la universidad en la Sala de Periodismo.

Entrevistador: ¡buenísimo! Me parece eso, ósea que lo que va a ver de ahora en adelante el público universitario va a ser totalmente novedoso

Entrevistado: una cosa, dinámica, ágil y en eso pues si nos tenemos que apoyar mucho en ustedes, en el estudio que están haciendo, en la respuesta que nos den en adelante los demás giros. Porque vamos a generar un espaciecito siempre para que nos escriban, escribanos, hagan sus comentarios, hagan sus sugerencias, hagan las criticas, pero hágalas, manifiéstense nosotros necesitamos saber que nos están leyendo y saber cómo nos están leyendo, eso es clave y eso es otra cosa afortunada del centro de la nueva estructura porque como somos varios y con distintos saberes. Esta la gente de publicidad de campaña, esta la gente de organizacional me imagino que ellos todos nos van a ayudar, cuando tengamos insumos nos van a ayudar a entender para donde tenemos que ir y los estudiantes que están en este momentico trabajando en El Giro y digamos que tienen muy buena energía y están muy abiertos al cambio, ellos mismos están tratando de manejar un lenguaje mucho mas... mucho mas... fresco, eso no tiene nada que ver con periodismo light eso tiene que ver es con que yo estoy identificando a la persona que me está leyendo.

Entrevistador: si... se empieza a notar ya más norte

Entrevistado: si hay más orden

Entrevistador: mucho más evidente

Entrevistado: pero ahí ratifico, vuelvo e insisto estamos en todo nuestro derecho

Entrevistador: ah! Claro

Entrevistado: porque es que nadie nace aprendido a la Sala de Periodismo nadie le escribió un libreto. La historia de la sala se ha ido desarrollando, se ha ido consolidando, todo mundo tienen derecho a equivocarse pero también es una responsabilidad a tiempo tomar decisiones para generar cambios.

Entrevistador: muchísimas gracias Mariu

Entrevistado: ¡ave maría! Me encanta

Anexo E. Entrevista con el Editor del Periódico El Giro de la UAO, Gustavo Adolfo Mejía

Entrevistador: Manuel Alejandro López Pino

Entrevistado: Gustavo Adolfo Mejía

Duración: 11'59" (00:11:59)

Entrevistador: listo ok, estamos aquí en la Universidad Autónoma de Occidente con el profesor Gustavo Adolfo Mejía, editor del periódico universitario El Giro, y el nos va a contar acerca de su experiencia en El Giro como tal y su perspectiva desde su profesión entonces Gustavo cuéntenos un poco sobre a quién está dirigido El Giro y como funciona pues... frente a la comunidad y frente a sus objetivos originales.

Entrevistado: bueno, en términos generales, El Giro surge como, un espacio de práctica de los estudiantes de Comunicación Social, dirigido a quienes sienten la pasión y la vocación periodística, no son estudiantes escogidos por los docentes de la Facultad sino que el proceso funciona al revés, quienes sienten el interés, o quienes tienen el interés para aplicar el periodismo escrito, buscan el espacio en El Giro, hacen unas entrevistas, se revisan sus trabajos y se les da una oportunidad básicamente el beneficio de quienes están allí es la práctica de un... de la labor periodística en tiempos reales en condiciones reales con un producto final que es publicado y difundido a un público masivo de relativo alcance. En términos generales busca he... ser un medio universitario entendiendo como lo universitario, quienes lo elaboran entendiendo, lo universitario también a partir de las temáticas que se tratan y que involucran a jóvenes que se están formando para ser profesionales y que deberían tener además de su interés particular por su carrera un interés por el entorno que los rodea por la situación nacional y por diferentes pues... aspectos del ámbito en el cual van a desempeñarse como profesionales en el futuro, es un proyecto de la Facultad de Comunicación Social... es el programa de Comunicación Social específicamente y en la faceta periodística, lo que se llama prosa divulgativa, pensando en ser como también un espacio de promoción del talento de los comunicadores autónomos, El Giro para los lectores busca ser un medio de comunicación que abarca una gran cantidad de temas, no se concentra en un solo tratado con... digamos profundidad, con análisis en algunos casos con contextos también que entretienen contextos que son atractivos, contextos que digamos no solo informan sino que impactan emotivamente a los lectores de manera... que de manera se constituya en un medio alternativo a los medios impresos masivos que hay en la región, los

estudiantes cuando están en El Giro, hacen unas prácticas en términos no solamente desde escribir sino el cumplir con los plazos de entrega mucho más estrictos que las exigencias académicas, tiene que aprender también, por ejemplo a aceptar que, si una propuesta que ellos hicieron, le falta fuerza para llegarle a los lectores puede ser cambiada, tiene que aprender también a negociar no solamente la forma sino también el contenido de sus materiales en términos de imagen que los acompaña de recuadros pero también de propuestas, de títulos, de propuestas de extensión, entonces en términos generales ellos hacen una práctica real de lo que es ser periodista en un medio escrito con unas exigencias diferentes a las... de la academia, la academia la entrega un texto periodístico pues sencillamente evaluarse negativamente por medio de una calificación en El Giro, hay unos plazos de complementos para poder que se logre diseñar e imprimir con unas fechas concretas de distribución a la comunidad en términos reales no solamente recupera los intereses de los estudiantes universitarios lo lectores, de El Giro que son jóvenes, pensado como un periódico universitario juvenil, intenta involucrar muchos campos de interés de los jóvenes en cada número desde que soy editor estoy intentando que se busque, que se explore temas nuevos que también digamos que lo son necesariamente compartidos por una gran cantidad de jóvenes, pero que si tiene, he... estudiantes que se interesen por esos temas y ese sentido pues ofrece una alternativa no solamente porque es un texto escrito por un joven como... un par de lector porque es un... el que escribe es un joven, sino también porque son temas tratados con... con... sin la presión de la coyuntura que pueden tener los medios masivos y por eso he... ofrecen una alternativa, pues hay algunas falencias en términos generales en estos procesos porque así como... como están, están en un periodo de aprendizaje y los estudiantes que están en El Giro, también quienes estamos al frente del... de este medio empresa universitaria. Pues también estamos haciendo ajustes sobre la marcha, hay falencias como por ejemplo, lograr he... un equilibrio mucho más exacto entre texto e imagen para el proceso de diseño no sea tan lento he... por durante ese proceso pueden haber cambios en las imágenes, puede cambios he... que afecten el texto y toca aumentar esa parte todavía, estamos haciendo ajustes, pero por ejemplo ya para este número de logramos una reunión previa al momento de diseño en el cual cada periodista que va a publicar en la siguiente edición de El Giro, pudo tener un espacio de encuentro con el diseñador para mirar la calidad de las imágenes, para de pronto dar algunas ideas sobre el diseño de su... de su artículo para ir limando asperezas e ir haciendo más expedito el proceso de diseño previo a la impresión, creo que... las falencias se pueden solucionar en la medida que hayan más espacios de encuentro y comunicación para negocia, digamos las condiciones de eso pro... de ese proceso. El Giro es un periódico que ha tenido una evolución desde sus inicios, en la medida que de pronto trabajan temas más... sesudos, más tensos, relacionados con... el conflicto armado, con la realidad nacional. En su inicio luego desde que yo soy editor he propuesto de pronto alivianar un poco, he... los contenidos de El Giro, y acercarme a públicos o grupos de jóvenes con intereses muy cercanos o muy particulares como por ejemplo: he... a quienes les gusta en ANIME, a quienes les gusta el ROCK, que son grupos de jóvenes que no son masivos que tienen un interés particular

pero que también son jóvenes que pueden ser vinculados por medio de esos intereses, y como esos intereses agrupan adversos jóvenes, entonces digamos que la evolución es respetuosa del trabajo previo que se ha hecho en El Giro, considerando que hemos tenido muchos aciertos y estamos haciendo como una propuesta para darle un nuevo aire sin querer con eso descalificar el esfuerzo hecho hasta ahora, pero eso no hablaría yo de positivo o negativo sino como de cambios, de transformaciones, en términos gráficos he... estoy intentando trabajar he... mas las imágenes, la calidad de las imágenes, que el texto también ofrezca no solamente un artículo central sino que tenga un menú de opciones visualizada en términos de diseño por medio de los recuadros, que sean digamos un acompañamiento al texto central que puede ser o no leído por el lector, pero se le ofrece la opción, no solamente toda esta en el texto central y en... digamos negociación en consenso con los diseñadores he... explorar posibilidades gráficas que le den alternativas gráficas al texto al momento de, de publicarlo, es decir no solamente me preocupo del contenido, de la calidad del contenido, sino que visualmente sea atractivo he... la presentación del material periodístico he... y en ese sentido creo que son completamente válidas todas las recomendaciones que desde los diseñadores podemos recibir, porque consideramos que es muy importante el vestido, también en el cual se la va a colocar el vestido, y yo creo que... hacia el futuro vamos a seguir... eso vamos a seguir buscando acercarnos mas no solamente desde la parte gráfica de los jóvenes sino también como explora ese concepto, dé cómo de que es el periodismo juvenil, si es tratamiento de los temas, si es acercarnos a los jóvenes por medio del humor, si es por los temas que le están preocupando en este momento, si es también por he... la presentación visual, entonces vamos a estar en un proceso de exploración para acercarnos a ese concepto de lo que es el periodismo juvenil, el periodismo universitario de manera que se incluya no solamente al joven universitario si no también perdón! Al joven universitario autónomo sino también al joven universitario de otros... de otras instituciones educativas vamos a intentar incluir, digamos temáticas que nos incluyan y no solamente quedarnos como un medio de interés doméstico sino digamos trascender la frontera de la autónoma entonces yo creo que.... Se apuntarían un poco como los cambios que se avecinan en el futuro

Entrevistador: bien, muchísimas gracias profesor Gustavo por su tiempo y por todos sus argumentos.

Anexo F. Entrevista con el practicante de Sala de Periodismo (2008-1), Juan Carlos Toloza

Entrevistador: Manuel Alejandro López Pino

Entrevistado: Juan Carlos Toloza

Duración: 10'19" (00:10:19)

Entrevistador: listo, estamos en la Sala de Periodismo con el practicante Juan Carlos Toloza. Practicante de Sala de Periodismo evidentemente, vamos a hablar un poco sobre El Giro y su percepción desde su persona como lector y como profesional en la comunicación, entonces Juan, contanos un poco sobre ¿qué entiendes de El Giro? ¿A quien está dirigido? Tu percepción de tu experiencia

Entrevistado: pues mi experiencia es de 3-4 meses y te voy a hablar pues de ese poquito tiempo que llevo acá, he leído El Giro algunas veces. El Giro como está planteado en el proyecto inicial en papel está dirigido a un público joven universitario, desde ahí es que se reparta las universidades incluyendo la Universidad Autónoma de Occidente pero no necesariamente está llegando pues, a esos públicos que pues...

Entrevistador: ¿Vos como entiendes El Giro? Desde la academia y la práctica

Entrevistado: es que bueno, es que necesariamente para hablar de giro uno tiene que hablar de Sala de Periodismo necesariamente

Entrevistador: porque es que mira la Sala de Periodismo es un espacio de práctica así como todos los espacios laboratorios como está representando allá como Dilab o como Tienda de Campaña.

Entrevistado: El Giro hace parte de esa práctica y digamos que es el producto del trabajo de los pelaos que es tan haciendo esa práctica. Esa práctica no es obligatoria es una práctica voluntaria. Lo bacano de El Giro es que lo hacen pelaos que quieren digamos que acercarse de una manera real al medio escrito. La prensa obviamente tienen sus dificultades y sus falencias que vos más que nadie las conoces pero es precisamente en ese recorrido que uno va aprendiendo, es precisamente en esas fallas que uno va aprendiendo ósea todo el tiempo van a estar cambiando los pelaos, los estudiantes que están metidos en la Sala de Periodismo y los que están trabajando en El Giro. Como es un espacio laboratorio obviamente tienen que haber falencias, trata uno de

superarlas y se han hecho trabajos buenos para eso, inclusive el trabajo que hicieron ustedes de diseño editorial manual de diseño precisamente para facilitarle a los pelaos y que como que no se convierta en que como somos universitarios como es un periódico universitario, entonces no importa si sale mal, no tampoco esa es la idea. También se han hecho cosas para mejorar eso; pues el público objetivo yo te hablaba que son pelaos universitarios, también lo leen los profesores, también lo leen los decanos, los directores de los programas también necesariamente porque es que uno no solamente lleva el periódico para que lo lea, el pelado seguramente se lo paso al papa y el papa también lo va a leer. Yo creo que, digamos que en alguna medida si se cumple porque es que se reparte en los jóvenes, de ahí para allá uno no puede responder por que necesariamente lo tengan que leer ellos. Pues uno lo reparte entre ellos y ya yo creo que hay en esa parte si se está cumpliendo porque si uno lleva un periódico universitario a una universidad es obvio que los pelaos son los que lo van a leer, y pues como te digo, de ahí para ya uno no puede responder.

Entrevistador: desde ese orden de ideas crees que El Giro presenta algunas falencias desde sus procesos de la realización.

Entrevistado: es decir que hay falencias pero no digamos que incluso son falencias reales que incluso en los medios se ve, yo lo digo porque yo conozco y he visto trabajar en esos medios, y ahí a veces se dan muchísimos errores. Ahora no es justificación que porque somos estudiantes no necesariamente vamos a hacer un trabajo bien hecho. Para eso nosotros tenemos una ventaja en relación a otros medios porque nosotros lo vimos en un encuentro de medios universitarios que vimos en la javeriana, y nosotros tenemos una ventaja, que primero contamos un espacio físico real que es la Sala de Periodismo. Segundo, contamos con docentes monitores que constantemente están haciendo seguimiento al trabajo que los pelaos hacen, en este caso tenemos al editor que es Gustavo Mejía. Fuera de eso contamos con el apoyo de la Facultad. Si, Ósea nosotros tenemos una gran ventaja con respecto a otros medios que les toca sinceramente con las uñas hacer todo el trabajo que claro hay errores, precisamente por eso porque es un espacio laboratorio sino no se llamaría así. Si no fuera un espacio donde uno experimenta muchas veces y donde uno trata de hacer cosas muchas veces, en esos experimentos fracasan, hace cosas no malas pero si con muchos errores.

Entrevistador: desde tu punto de vista como profesional ya de la comunicación has observado como la evolución, ¿has podido notar una evolución a lo largo de la existencia de El Giro? como pues si es así positiva desde tu entendimiento o simplemente has visto que hay veces se cometen errores en unas cosas o se repiten o de verdad, has visto como una evolución en todos los procesos.

Entrevistado: pues yo he leído casi todos los giros, digamos que yo creo que le están dando bastante honor al nombre, que le han dado al periódico. Han cambiado muchas veces el estilo y el tono, hay giros donde se siente como ese tono político y los temas casi todos son políticos, como hay Giros donde son historias de vida donde hablan sobre el ser, sobre la persona si...con más profundidad. Este último, El Giro político que salió que fue enfocado pero bueno en ese momento estaban las elecciones entonces se aprovecho de esa temática pues como que no hay, como que ha ido cambiando y ha ido circulando un poquito

Entrevistador: y de su apariencia grafica ¿qué ha notado?

Entrevistado: ha mejorado, empezando por el logo, me gusta más el logo nuevo, eso es personal, el diseño también. Hay errores. Como te digo hay cositas que uno de pronto dice ¡no me parece! pero también es opinión mía porque seguramente a otros si les va a aparecer que está bien pero yo creo que si ha mejorado además que ya son 4 años de experiencia y si ha mejorado, además que yo supongo que recién empezaron pues era un poco más complejo y mas difícil hacer eso pero yo sí puedo decir con toda seguridad además que yo los he visto, me parece que si ha mejorado mucho y a trabajado duro.

Entrevistador: entonces entendiendo todo esto que hemos hablado ¿cuál sería un cambio o una mejora digámoslo, grafica o periodística que le podríamos sugerir a los procesos o a la realización de El Giro?

Entrevistado: pues yo creo que ese es un compromiso que yo tengo con la Sala de Periodismo no lo digo con María Hernández porque ella pues es la directora, sino con la Sala de Periodismo además que ese también va a ser mi trabajo de grado. Para mejorar El Giro y la Sala de Periodismo como tal vamos a hacer un manual de procedimiento es que es eso que no ha permitido que haya como una continuidad que cada vez que haya cambio de practicante, que cada vez que haya cambio de editor o de algunos de los editores de algunas de las áreas entonces ya se va a empezar un nuevo proceso entonces hay ya está funcionando mal la cosa porque entonces nunca va a ver una continuidad y nunca va a ver una evolución como tal, sino cada vez que cambian entonces cada quien empieza a trabajar sobre lo suyo, entonces ya se va a trabajar sobre un manual de procedimiento para toda la Sala que incluye a giro, que es que El Giro es el producto insignia de la sala, el periódico, si hemos hablado el periódico como tal si hemos hablado que ha mejorado y que el diseño es muy bueno, hay que cambiarle muchas cosas empezando por el papel que ya lo acabamos de hablar, el tamaño no se que tanto pueda influir el tamaño, pues eso también ya implica aumentar un texto, aumentar secciones, eso ya habría que definir pero de pronto si la calidad del papel que los pelados se comprometan a leer y a trabajar sobre el manual de diseño para que les quede mucho más fácil el trabajo a ellos y les quede más fácil el trabajo a los diseñadores que digamos que en ultimas el cambio del papel no... no... influye mucho en proceso como tal porque es simplemente pedir que nos cambien el papel y ya, eso en cuanto a costos, ya miraran no se... los que se encarguen de eso. Pero digamos que en el proceso que es lo que mas siempre ha dado problemas, es como ese compromiso... bueno listo, muchas gracias.

Anexo G. Entrevista con el Publicista, Carlos Andrés Gómez

Entrevistador: Manuel Alejandro López Pino

Entrevistado: Carlos Andrés Gómez

Duración: 13'01" (00:13:01)

Entrevistador: listo, estamos aquí con Carlos Andrés Gómez, director del programa comunicación publicitaria de la universidad autónoma del occidente y pues... Carlos contanos un poco sobre lo que entiendes de El Giro frente a la comunidad autónoma pues... ¿cómo ves El Giro? ¿Cómo se comporta?

Entrevistado: Pues pienso que El Giro es una... es un canal muy importante, me parece a mí un espacio, pues digamos de estudiantes con un impreso formal que no... que pienso que ha tenido errores todo lo que te voy a decir son percepciones puede que me equivoque en algo pero son percepciones erróneas, también puede ser resultado de que no han comunicado bien es pero, me parece lo que realmente es pero , me parece muy importante, me parece un espacio abierto totalmente pertinente y coherente para digamos la Facultad he... No sé qué pasa con la periodicidad no entiendo todavía cuál es la periodicidad si es cada mes cada 6 meses, bimensual, semestral, no se cual es la periodicidad entonces cuando menos espero, llego hoy y yo no me acordaba cuando llego el ultimo, veo como eso en primera estancia, pero me parece que es un medio a explotar mucho mas.

Entrevistador: Tu percepción entonces desde la publicidad ¿Cómo ves la aplicación? ¿Cómo es necesaria la publicidad? y ¿cómo podría actuar la publicidad en un medio impreso como ese?

Entrevistado: Pues mira la publicidad que le he visto es muy poca, pues alguna vez creo que leyéndolo pensé en eso, ve esto no tiene publicidad creo que vi un aviso, una página de pronto una medio pagina y ya me preguntaba cómo se sostenía el periódico. Listo, puede que haya sido un aporte de la Facultad, pero piensa que el reto para un periódico como, ese por universitario y pequeño que pueda aparecer hasta el periódico más grande del mundo es el reto ¿como sos capaz de generar publicidad?, tenes unos productos, unas marcas que te pautan y como esa publicidad puede ser una lucha constante entre una independencia, digamos temática, editorial, que tenga el medio y esa lucha. También tratar de sobrevivir a partir de lo que sobre digan todos, porque se notan, es muy fácil que se sesgue hasta el otro lado, volverse netamente académico y no la idea también es que salga, se vuelva externo y se interese

en otros niveles, la poca publicidad que he visto pues no me acuerdo realmente, los avisos eran menos es independiente es externo al giro, el tiempo de pauta debe llegar con su aviso o en la Facultad que este por allá con la gente no se... pero que llegue con el aviso, lo paute y ya, el aviso es feo. Bonito, interesante, creativo, impactante, ya es aparte pero en general tener espacios claves de publicidad y que no se pueda pasar de un 30% de espacio del interior, cuentas claras y hacer una labor que debe ser dura, también es labor comercial pero hay que hacerla.

Entrevistador: Desde ese punto de vista lo que quieres decir es que la publicidad lograría como un paso más en esa evolución que le hace falta al medio

Entrevistado: si claro, porque digamos eso da, mira... es como darle independencia a la Facultad, la Facultad darle el espacio, equipos, pero pienso que también tener el apoyo e ingresos económicos por otro lado yo me sostengo solito. Le da también cierta independencia en mira a lo académico, no pensar que todo tiene que ser económico, sino que es el equilibrio entre lo académico y lo externo, digámoslo así

Entrevistador: bien y por ejemplo... para hablar un poco sobre tu percepción como lector, como vez voz El Giro, cual es la lectura que le das a ese medio como tal

Entrevistado: ve, yo pienso que es interesante y uno ve como digamos 10 artículos, he... 10 cosas que uno ve allí y yo pienso que 5 son muy bien logradas, redacción, estilo, propuesta, editorial y continuismo. Pienso que hay otros 3 que se notan que apenas están empezando a meterle el cuento a la pluma fuertemente pero que se ve que hay algo, es como ese rescate que uno dice los próximos que este pelado redacte van a ser muy buenos que tienen cosas por mejorar y 2 que son muy malos pero pensamos que los 10 deberían ser buenos. El resultado de un filtro no se... pienso también que ahí se nota una línea como muy fuerte, como una línea muy de posiciones fuertes encontradas, no se... el uribismo o la gestión estatal o gubernamental o de turno, posición muy radical que se van convirtiendo ya en posiciones muy viciadas, extremistas que seguro que quieren mostrar algún nuevo punto real, pero en realidad, si. Como un filtro con sesgos bravos por personas, por editores no sé realmente que hay que digan que este se cambia o no se cambia o como va a ser del tono del lenguaje y como debe afrontar la temática, no sé qué grupo editorial y comité editorial haya ahí, pero yo creo que se siente mucho la mayoría de las boses

Entrevistador: y desde lo grafico ¿cómo lo lees?

Entrevistado: Yo pienso que gráficamente normal, cumplidor, no es feo, hay lecturabilidad amigable de alguna manera pero pienso que puede ir más allá un

aporte de estudiante de Facultad como giro, ser propositivo arriesgar un poco para que se sienta ese aporte de sangre nueva pero si digamos que es cumplidor, es conservador si me decís que sí tiene lecturabilidad y facilidad de lectura si... la tiene, no he encontrado mucho pero a veces digo... pienso que si la tiene a veces por tratar de diagramar se descacha, entonces digamos la cantidad de los elementos de la jerarquía de elementos es una página y sin, y sin lecturabilidad pero en términos generales bien... cumplidor pero pienso que debe mucho mejorar la propuesta sin tratar de salir por lo que es un periódico y lo que en esencia es salir como se propositivo seguramente habrán maneras, formas de hacerlo más agradable, más impactante, más dinámico.

Entrevistador: y ya como para terminar desde la publicidad cual creerías que sería como el aporte desde su realización y sus tácticas como de generar un soporte, una carpeta, un catalogo, que se le pueda llevar algo, creo que dentro de El Giro tener un equipo comercial dedicado a vender, pues el periódico y la pauta. Pero si tener algo que la defienda. Teniendo algo a la mano y que ese algo a la mano es un regalo. Esto es El Giro hay esta todo, que se pueda repartir, está el público, esta la lecturabilidad, estos son los temas que se han tratado. Valen tanto, digamos pues lo que hace cualquier prensa ¿Por qué es importante pautar hay? ¿Cuándo llega? ¿Cada cuanto es la distribución de espacios? ¿Cómo se cotiza? ¿Contactos? ¿A quién llamo?

Anexo H. Análisis morfosintácticos de la muestra referenciada

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “LA PALABRA” (Año 17 No. 180 - Abril/08) UNIVERSIDAD DEL VALLE <i>Cali – valle del Cauca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 28,5x32 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Rotativa ○ POLICROMÍA: 2 páginas 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de edición: Año 17 No. 180 • Ciudad y fecha: Santiago de Cali, Abril de 2008 • Logotipo de la Universidad del Valle: Se presenta en invertido sobre un fondo tramado rojo. • Nombre del periódico: La Palabra • Texto Contextualizador: Periódico Cultural de la Universidad del Valle • Eslogan: Periodismo al servicio de la ciudad y la región
		<p>ÍNDICE Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lead 1; dos coles; Fotografía alineada ala izquierda; fondo tramado destacado; texto alineado a la izquierda, ocupa 5 líneas, primera en un mayor puntaje, en altas y bold. Termina con el número de página. • Lead 2; una col; Fotografía centrada-arriba; texto ocupa 7 líneas, primera y segunda en un mayor puntaje, en altas y bold. Termina con el número de página. • Lead 3 (dominante / temática del periódico); dos coles; Fotografía centrada-arriba; título destacado en altas y bold; texto ocupa 5 líneas. • Lead 4; una col; Fotografía centrada-arriba; texto ocupa 6 líneas, primera en un mayor puntaje, en altas y bold. Termina con el número de página. • Lead 5; dos coles; Fotografía alineada ala derecha; texto ocupa 6 líneas, primera y segunda en un mayor puntaje, en altas y bold. Termina con el número de página. • Lead 6; una col; Fotografía centrada-arriba; texto ocupa 6 líneas, primera y segunda en un mayor puntaje, en altas y bold. Termina con el número de página.
		<p>BARRA INFERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido publicitario institucional: Visítenos en Internet: lapalabra.univalle.edu.co



SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p>PÁGINA EDITORIAL pág. 2</p> <p><i>Diagramación a cinco coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; fondo tramado negro; ocupa dos líneas. Nombre de categoría de página; fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación izquierda-arriba; en altas light: EDITORIAL Identificador tipográfico del periódico; ocupa una línea; alineación derecha-arriba: <i>La Palabra (la fuente tipográfica de este identificador visual es distinta a la de la portada)</i> Ciudad y fecha de publicación; ocupa una línea debajo del identificador tipográfico del periódico; alineación centrada respecto al identificador tipográfico del periódico: Cali, Abril de 2008
		<p>BARRA DE TÍTULOS Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Motivo gráfico: Fondo tramado Título 1; tres coles: VISTAZOS A LA ESCENA TEATRAL EN CALI Título 2; dos coles: EVENTOS UNIVALLE
		<p>CUERPO DE TEXTO Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Artículo 1; tres coles por 21 cm; imagen en contenedor (dos coles); letra capital; cierra con información webgráfica. Artículo 2: dos coles por 21 cm; sin imagen; fondo tramado claro; inter-títulos centrados, en bold.
		<p>BANDERA Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fondo tramado; sin imágenes; texto corrido a una col Texto legal: Periódico cultural de la universidad del Valle publicado para la región. Las expresiones están validadas por el nombre del autor y no reflejan necesariamente la posición de los editores. ISS121-7712. Personería Jurídica. Artículo 80 Ley de 1987. Créditos (protocolo): Rector, Director, Consejo Editorial, Editor, Jefa Redacción, Coordinador gráfico y diagramación, Re-diseño y concepto gráfico 2007, Concepto gráfico portada 2007


SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Datos de Contacto: Dirección, Fax, Teléfonos, Correo electrónico • Créditos (protocolo – continuación): Colaboradores • Texto legal (continuación): Certificado de Registro Cámara Nacional de la Industria Editorial núm. 226 derechos artísticos y literarios reservados conforme la ley de 1993, para su venta y distribución solo en COLOMBIA • Créditos (protocolo – continuación): Foto de portada
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS TIPO 1 (Páginas 4,5,6,7,12)</p> <p><i>Diagramación a cinco coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR</p> <p>Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Numeración de página; fondo tramado negro; ocupa dos líneas. • Nombre de categoría de página; fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación izquierda-arriba; en altas light • Identificador tipográfico del periódico; ocupa una línea; alineación derecha-arriba: La Palabra (<i>la fuente tipográfica de este identificador visual es distinta a la de la portada</i>) • Ciudad y fecha de publicación; ocupa una línea debajo del identificador tipográfico del periódico; alineación centrada respecto al identificador tipográfico del periódico: Cali, Abril de 2008
		<p>ARTÍCULO</p> <p>Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; en altas y bold; puntaje mediano; alineación izquierda; tres coles y una línea • Título; altas y bold; puntaje alto; alineación izquierda; tres coles y dos líneas • Sumario; tipo párrafo y bold; puntaje pequeño; alineación izquierda; tres coles y entre cuatro y siete líneas • Fotografía en contenedor; dos coles por alto del titular (antetítulo+título+sumario) alineada en páginas pares a la izquierda del titular y en páginas impares a la derecha del titular

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Crédito de autor; Fondo tramado gris neutro; Nombre en bold; alineación izquierda; Cargo o título profesional en light: alineación izquierda: ocupa una col • Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; inter-títulos centrados y bold; texto en alineación justificada; se permite partir palabra • Segunda fotografía de libre diagramación
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS TIPO 2 (Páginas 10,14,15)</p> <p><i>Diagramación a cinco coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR</p> <p>Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Numeración de página; fondo tramado negro; ocupa dos líneas. • Nombre de categoría de página; fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación izquierda-arriba; en altas light • Identificador tipográfico del periódico; ocupa una línea; alineación derecha-arriba: La Palabra (<i>la fuente tipográfica de este identificador visual es distinta a la de la portada</i>) • Ciudad y fecha de publicación; ocupa una línea debajo del identificador tipográfico del periódico; alineación centrada respecto al identificador tipográfico del periódico: Cali, Abril de 2008
		<p>ARTÍCULO</p> <p>Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; en altas y bold; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea • Título; altas y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y dos líneas • Sumario; tipo párrafo y bold; puntaje pequeño; alineación izquierda; tres coles y seis líneas • Fotografía en contenedor; tres coles diagramación libre • Crédito de autor; Fondo tramado gris neutro; Nombre en bold; alineación izquierda; Cargo o título profesional en light: alineación izquierda: ocupa una col • Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; inter-títulos centrados y bold; texto en alineación justificada; se permite partir palabra

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> Segunda fotografía de libre diagramación
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS TIPO 3 (Páginas 11,13)</p> <p><i>Diagramación a cinco coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR</p> <p>Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; fondo tramado negro; ocupa dos líneas. Nombre de categoría de página; fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación izquierda-arriba; en altas light Identificador tipográfico del periódico; ocupa una línea; alineación derecha-arriba: La Palabra (<i>la fuente tipográfica de este identificador visual es distinta a la de la portada</i>) Ciudad y fecha de publicación; ocupa una línea debajo del identificador tipográfico del periódico; alineación centrada respecto al identificador tipográfico del periódico: Cali, Abril de 2008
		<p>ARTÍCULOS</p> <p>Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Dos artículos por página de cinco coles, uno arriba del otro; filete punteado entre los artículos Antetítulo*; en altas y bold; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea Título; altas y bold; puntaje alto; alineación izquierda; tres coles y dos líneas Sumario*; tipo párrafo y bold; puntaje pequeño; alineación izquierda; tres coles y seis líneas Fotografía en contenedor; dos coles diagramación libre Crédito de autor; Fondo tramado gris neutro; Nombre en bold; alineación izquierda; Cargo o título profesional en light; alineación izquierda; ocupa una col Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; inter-títulos centrados y bold; texto en alineación justificada; se permite partir palabra


* No existe política regular de utilización, su uso es indiscriminado.

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p>ARTÍCULO CENTRAL (Páginas 8,9)</p> <p><i>Diagramación a cinco coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; fondo tramado negro; ocupa dos líneas. Nombre de categoría de página; fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación izquierda-arriba; en altas light Identificador tipográfico del periódico; ocupa una línea; alineación derecha-arriba: La Palabra (<i>la fuente tipográfica de este identificador visual es distinta a la de la portada</i>) Ciudad y fecha de publicación; ocupa una línea debajo del identificador tipográfico del periódico; alineación centrada respecto al identificador tipográfico del periódico: Cali, Abril de 2008
		<p>ARTÍCULO Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Antetítulo; en altas y bold; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea Título; altas y bold; puntaje alto; alineación izquierda; tres coles y dos líneas Sumario; tipo párrafo y bold; puntaje pequeño; alineación izquierda; tres coles y seis líneas Crédito de autor; Fondo tramado gris neutro; Nombre en bold; alineación izquierda; Cargo o título profesional en light; alineación izquierda: ocupa una col Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; inter-títulos centrados y bold Fotografías en contenedor; diagramación libre Texto adjunto; fondo tramado claro; tres coles; título en altas y bold; inter-títulos en bold alineación justificada; línea en blanco entre párrafos; se permite partir palabra
	<p>CONTRAPORTADA pág. 16</p> <p><i>Diagramación flotante a tres coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>ARTÍCULO Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Antetítulo; en altas y bold; puntaje mediano; alineación izquierda; tres coles y una línea Título; altas y bold; puntaje alto; alineación izquierda; tres coles y dos líneas

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Cuerpo de texto; fondo tramado semitransparente; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; inter-títulos centrados y bold; texto en alineación justificada; se permite partir palabra
	<p>MOTIVO GRÁFICO DOMINANTE</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Imagen de fondo de página completa: Composición tipo "Collage" de portadas de libros
<p>SUB-SISTEMA INSERTO: "AUDITORIO"</p> 	<p>PÁGINA DE PORTADA</p> <p><i>Diagramación a cinco coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL</p> <p>Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del inserto; en invertido sobre fondo negro: AUDITORIO • Motivo grafico: ilustración tipo "collage" • Listado de logotipos de organizaciones culturales: (no se pueden identificar por baja resolución de impresión) • Texto Contextualizador: Agenda Cultural del Periódico La Palabra • Número de edición: No. 92, tercera época • Fecha: Abril de 2008
		<p>CONTENIDO TEMÁTICO</p> <p>Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de temas a encontrar en el Inserto: cine y video, conferencias, exposiciones, danza, poesía, música, seminarios, talleres, teatro
		<p>BANDERA</p> <p>Una col, debajo del listado temático</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título; en altas y bold: AGENDA CULTURAL DEL MES • Créditos (protocolo): Rector, Director, Consejo editorial
		<p>ARTÍCULO 1</p> <p>Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título; en altas y bold; una línea; alineación centrada: YA LLEGÓ "EL CARNAVAL FANTÁSTICO" • Fotografía en contenedor; dos coles (segunda y tercera) • Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; inter-títulos en bold; termina con datos de contacto del Centro Cultural Comfandi

SISTEMA		UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			ARTÍCULO 2 Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> Filete punteado para separarlo del artículo 1 Título; en altas y bold; una línea; alineación centrada: YA LLEGÓ “EL CARNAVAL FANTÁSTICO” Crédito de autor; Fondo tramado gris neutro; Nombre en bold; alineación izquierda; Cargo o título profesional en light: alineación izquierda: ocupa una col Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; inter-títulos en bold
		AGENDA CULTURAL <i>Diagramación a diez coles</i>	BARRA SUPERIOR Diez coles	<ul style="list-style-type: none"> Fondo tramado; un centímetro de alto por cinco coles Texto en página 1; en invertido, altas y bold: AGENDA CULTURAL Texto en página 2; en invertido, altas y bold: PROGRAMACIÓN ABRIL DE 2008
		■ ACROMÁTICO	PROGRAMACIÓN PERMANENTE Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Título; altas y bold: PROGRAMACIÓN PERMANENTE Nombres de los eventos; tipo inter-títulos centrados en bold; Descripción del evento; tipo párrafo; alineación justificada; termina con información específica del evento: fecha, lugar, hora, costo
			AGENDA POR SEMANA Ocho coles	<ul style="list-style-type: none"> Título; en altas y bold; en invertido; fondo tramado oscuro: PRIMERA SEMANA (varía según número de semana) Fecha del evento; en bold; formato de fecha: Día # de mes Tipo de evento; semi-bold Descripción del evento; tipo párrafo; alineación justificada; contiene con información específica del evento: lugar, descripción, hora, costo
		PÁGINAS DE CONTENIDOS <i>Diagramación a cinco coles</i>	MICRO-ARTÍCULO Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Marco tramado gris claro Título; en altas y bold; una línea; alineación centrada: BECAS BLAA 50 AÑOS Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas;

SISTEMA		UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
		■ ACROMÁTICO		línea en blanco entre párrafos
			ARTICULO Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; en altas y bold; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea • Título; altas y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y dos líneas • Cuerpo de texto; letra capital de tres líneas; línea en blanco entre párrafos; termina con información de contacto.
			DIRECTORIO CULTURAL Cinco coles	<ul style="list-style-type: none"> • Barra de titulo; fondo tramado; texto centrado en altas y bold; en invertido: DIRECTORIO CULTURAL • Nombre de la organización; en bold; alineación izquierda • Descripción de la organización; tipo párrafo; alineación izquierda; contiene información específica: dirección, teléfono, nombre de contacto, información electrónica

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “Página” (Nº 128 – Marzo/08) UNIVERSIDAD DE MANIZALES Manizales – Caldas</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 27x38 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Rotativa ○ ○ POLICROMÍA: 0 páginas 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del periódico; tipografía mecana: Página • Logotipo de la Universidad de Manizales • Fecha de publicación: Marzo 16 al 31 del 2008 • Número de edición e ISSN: Nº 128 – ISSN 1692-9810
		<p>ARTÍCULO DESTACADO 1 Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación derecha; dos coles y dos líneas; segunda línea en invertido sobre la imagen: ¿En dónde está la vida que hemos perdido? • Fotografía; dos coles y cuarto; alineación derecha • Cuerpo de texto; una col; primera letra en una fuente diferente mayor puntaje; alineación derecha; se permite partir palabra • Numero de página; última línea; bold: Pgs. 6 y 7
		<p>ARTÍCULO DESTACADO 2 Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y una línea: Jardín Botánico: pulmón que oxigena la ciudad • Cuerpo de texto; tres coles; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra • Fotografía; tres coles • Numero de página; última línea; bold: Pgs. 8 y 9
		<p>ÍNDICE Una col por alto de la página</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lead 1; título en bold y dos líneas, segunda en invertido sobre la foto; fotografía de 32mm de alto; enmarcado, grosor de línea de 2pt; texto justificado, ocupa 5 líneas, primera en invertido sobre la imagen; termina con el número de página, en bold, alineado a la derecha. • Título del índice; en altas y bold; efecto de sombra; sobre motivo gráfico geométrico (triángulo invertido): EN ESTAS PÁGINAS

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Lead 2; título en bold y una línea; fotografía de 65mm de alto; enmarcado, grosor de línea de 2pt; texto justificado, ocupa 8 líneas; termina con el número de página, en bold, alineado a la derecha. • Lead 3; título en bold y dos líneas; fotografía de 36mm de alto; enmarcado, grosor de línea de 2pt; texto justificado, ocupa 7 líneas; termina con el número de página, en bold, alineado a la derecha • Lead 4; título en bold y dos líneas; fotografía de 43mm de alto; enmarcado, grosor de línea de 2pt; texto justificado, ocupa 4 líneas; termina con el número de página, en bold, alineado a la derecha.
	<p>PÁGINA DE OPINIÓN pág. 2</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Borde superior de 1pt • Numeración de página; alineación al borde externo de la página: 2 • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación centrada; en altas; interletraje doble: OPINIÓN • Fecha de publicación y número de edición; una línea; alineación al borde interno de la página; inclinación itálica: Marzo 16 al 31 del 2008 / Edición 128 • Borde Inferior de 2pt
		<p>BANDERA Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dentro de marco tramado; borde de 2pt • Nombre del periódico; tipografía mecana: Página • Dirección de correo electrónico; en bold: periodicopagina@gmail.com • Créditos (protocolo); alineación centrada; cargo primero en bold; debajo nombre, valor normal: Director, Consejo editorial, Decano, Rector, Practicantes VIII semestre, Diagramación


SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Texto legal; alineación centrada: Periódico del área de periodismo escrito. Facultad Comunicación Social y Periodismo. Universidad de Manizales. Las opiniones y artículos que expresen los autores no comprometen los puntos de vista institucionales • Información de contacto; alineación centrada; puntaje reducido: Dirección, teléfono, dirección web, impresor
		ARTÍCULO EDITORIAL Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; tipo párrafo en light; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea: Editorial • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y tres líneas: ¿Qué clase de aire queremos respirar si acabamos con nuestros jardines? • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra • Destacado; 2 coles y media; borde superior de 1pt; borde inferior de 2pt; margen al cuerpo de texto de 10mm; texto en bold y familia tipográfica diferente al cuerpo de texto • Termina con firma digitalizada del director, sin hacer referencia de él
		CARTAS AL EDITOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; tipo párrafo en light; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea: Cartas al editor • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; una col y dos líneas: Rectificación sobre el colegio Santa Inés • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra
		MOTIVO GRÁFICO DE CIERRE	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del periódico (texto como imagen); alineación centrada; tipografía mecana: Página

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	PÁGINA DE ARTÍCULO TIPO 1 (pág. 2,3,4,5,8,9,10) <i>Diagramación a tres coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> • Borde superior de 1pt • Numeración de página ;alineación al borde externo de la página • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación centrada; en altas; interletraje doble • Fecha de publicación y número de edición; una línea; alineación al borde interno de la página; inclinación itálica: Marzo 16 al 31 del 2008 / Edición 128 • Borde Inferior de 2pt
		ARTÍCULO Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; tipo párrafo en light; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y una línea • Crédito de autor; puntaje menor y en bold; alineación izquierda; correo electrónico del autor en una línea nueva; cargo o título profesional (sin criterio de utilización) • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje, alineación centrada • Fotografías; libre diagramación; sin contenedor para pies de foto; todas con pie de foto; pie de foto en itálica, alineación izquierda (<i>en las págs. 8 y 9 los pies de foto están en invertido sobre las fotos</i>); entre dos y tres imágenes por artículo • Destacado; 1 col y media; borde superior de 1pt; borde inferior de 2pt; margen al cuerpo de texto de 5mm; texto en bold y familia tipográfica diferente al cuerpo de texto
		MOTIVO GRÁFICO DE CIERRE	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del periódico (texto como imagen); alineación centrada; tipografía mecana: Página

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	PÁGINA DE ARTÍCULO TIPO 2 (pág. 11) <i>Diagramación a tres coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> • Borde superior de 1pt • Numeración de página ;alineación al borde externo de la página • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación centrada; en altas; interletraje doble • Fecha de publicación y número de edición; una línea; alineación al borde interno de la página; inclinación itálica: Marzo 16 al 31 del 2008 / Edición 128 • Borde Inferior de 2pt
		ARTÍCULO Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; tipo párrafo en light; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y una línea; una palabra en gris, las otras en negro • Crédito de autor; puntaje menor y en bold; alineación izquierda; cargo o título profesional • Cuerpo de texto primera entrevista; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; preguntas en bold, alineación justificada • Fotografía silueteada; desde el borde superior, interfiere con el titular • Destacado; 1 col y media; borde superior de 1pt; borde inferior de 2pt; margen al cuerpo de texto de 5mm; texto en bold y familia tipográfica diferente al cuerpo de texto • Cuerpo de texto segunda entrevista; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; preguntas en bold, alineación justificada • Marco tramado; fondo tramado en gris neutro; bordes de 1pt; título en bold, alineación centrada, puntaje mayor; contenido es un listado en viñetas
		MOTIVO GRÁFICO DE CIERRE	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del periódico (texto como imagen); alineación centrada; tipografía mecana: Página

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p>PÁGINA CENTRAL pág. 6 y 7</p> <p><i>Diagramación mixta a tres y dos coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Borde superior de 1pt • Numeración de página ;alineación al borde externo de la página • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación centrada; en altas; interletraje doble: FOTOREPORTAJE • Fecha de publicación y número de edición; una línea; alineación al borde interno de la página; inclinación itálica: Marzo 16 al 31 del 2008 / Edición 128 • Borde Inferior de 2pt
		<p>ARTÍCULO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; tipo párrafo en light; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y una línea • Crédito de autor; puntaje menor y en bold; alineación izquierda; correo electrónico del autor en una línea nueva • Cuerpo de texto; una col; primera letra en una fuente diferente mayor puntaje; alineación derecha; se permite partir palabra • Fotografías; diagramadas a dos coles; sin margen entre ellas
		<p>MOTIVO GRÁFICO DE CIERRE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del periódico (texto como imagen); alineación centrada; tipografía mecana: Página
	<p>CONTRAPORTADA pág. 12</p> <p><i>Diagramación a tres coles asimétricas</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Borde superior de 1pt • Numeración de página ;alineación al borde externo de la página • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación centrada; en altas; interletraje doble: 15 días • Fecha de publicación y número de edición; una línea; alineación al borde interno de la página; inclinación itálica: Marzo 16 al 31 del 2008 / Edición 128



SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> Borde Inferior de 2pt
		AGENDA Una col	<ul style="list-style-type: none"> Fecha; alineación izquierda; tipo párrafo; puntaje normal Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; una col Descripción; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra
		ARTÍCULO Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Antetítulo; tipo párrafo en light; puntaje mediano; alineación izquierda; dos coles y una línea: Cine Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación derecha; una col y ocho líneas Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra Fotografías; una col, a lado del título Crédito de autor; puntaje menor y en bold; al final del artículo
		MOTIVO GRÁFICO DE CIERRE	<ul style="list-style-type: none"> Nombre del periódico (texto como imagen); alineación centrada; tipografía mecana: Página

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “UN Periódico” (Nº 105 – Octubre/07) UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA Bogotá D.C.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 28x53 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Rotativa ○ POLICROMÍA: 8 páginas 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación libre (máx. cuatro coles)</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>ÍNDICE DE CATEGORÍAS Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lead 1; Número de página (2) alineado a la izquierda, condensado, puntaje alto (+/- dos líneas), en gris claro; nombre de sección (Economía) en bold y tipo párrafo, en invertido sobre fondo tramado verde des saturado del alto del texto, alineación izquierda, al lado derecho del núm. de pág.; descripción de artículo (No muy buenas noticias para el empleo rural) en itálica y tipo párrafo, tres líneas, alineación izquierda, debajo del nombre de categoría. • Lead 2; Número de página (4) alineado a la izquierda, condensado, puntaje alto (+/- dos líneas), en gris claro; nombre de sección (Universidad) en bold y tipo párrafo, en invertido sobre fondo tramado naranja terroso des saturado del alto del texto, alineación izquierda, al lado derecho del núm. de pág.; descripción de artículo (Encuesta revela que la Nacional es la preferida de los colombianos) en itálica y tipo párrafo, tres líneas, alineación izquierda, debajo del nombre de categoría. • Lead 3; Número de página (10) alineado a la izquierda, condensado, puntaje alto (+/- dos líneas), en gris claro; nombre de sección (Tecnología) en bold y tipo párrafo, en invertido sobre fondo tramado amarillo del alto del texto, alineación izquierda, al lado derecho del núm. de pág.; descripción de artículo (Hallan bacteria que reduce contaminación del biodiesel) en itálica y tipo párrafo, tres líneas, alineación izquierda, debajo del nombre de categoría.
			<p><i>(continúa en la siguiente página)</i></p>

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> Lead 4; Número de página (20) alineado a la izquierda, condensado, puntaje alto (+/- dos líneas), en gris claro; nombre de sección (Deporte) en bold y tipo párrafo, en invertido sobre fondo tramado azul oscuro des saturado del alto del texto, alineación izquierda, al lado derecho del núm. de pág.; descripción de artículo (A la 'muerte súbita' se le puede hacer más de un gol) en itálica y tipo párrafo, tres líneas, alineación izquierda, debajo del nombre de categoría.
		IDENTIFICADOR VISUAL Una col	<ul style="list-style-type: none"> Filete horizontal negro de 2 puntos Información de contacto; alineado a la derecha en bold y tipo párrafo: Página web: http://unperiodico.unal.edu.co Correo electrónico: unperiodico_bog@unal.edu.co Ciudad, número de edición y fecha; alineado a la derecha en bold y tipo párrafo: Bogotá D.C. No. 105, domingo 14 de octubre de 2007 Logotipo del periódico Texto Contextualizador; alineación centrada, tipo título: Publicación de la Universidad Nacional de Colombia • ISSN 1657-0987
		ARTÍCULO DE PORTADA Una col	<ul style="list-style-type: none"> Fotografía; una col por 18,5 cm de alto; Pie de foto al borde inferior, sin contenedor; crédito de imagen al borde derecho, verticalmente en puntaje reducido. Título del artículo; puntaje extra grande, valor bold y light; una línea: Salmona, el fin de una época Descripción; ocupa cuatro líneas en bold y tipo párrafo; en gris claro; segunda oración en valor normal y puntaje disminuido Número de página; alineación derecha condensado: pág. 11
		ÍNDICE Tres coles irregulares	<ul style="list-style-type: none"> Filete horizontal doble; primero de 2 puntos, segundo de 0,5 puntos Logotipo de la Universidad Nacional; motivo gráfico alusivo a los 140 años de la universidad

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Lead 1; Título ocupa dos líneas en versalitas, y light; descripción alineada a la izquierda, ocupa 5 líneas, termina con el número de página. • Lead 2; fotografía de 4x4 cm; título ocupa dos líneas en versalitas, y light; descripción alineada a la izquierda, ocupa 5 líneas, termina con el número de página.
	<p>PÁGINA DE ARTÍCULO <i>Diagramación a cinco coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA VERTICAL Una col por alto de página</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Filete vertical a 2 cm del borde izquierdo de la página; un punto de grosor en negro • Número de Página; en gris; condensado; alineación derecha; a la izquierda del filete • Símbolo del periódico; debajo del número de página; filete horizontal entre ambos elementos • Nombre de sección en bol; tipo párrafo; sobre fondo tramado gris oscuro; a la derecha del filete • Fecha de publicación; orientación vertical bordeando el filete en su extremo inferior
		<p>ARTÍCULO Cinco coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título del artículo; puntaje extra grande variable, media oración en bold y media en light; entre una y tres líneas; entre tres y cinco coles • Sumario; en bold y tipo párrafo; en gris claro; la segunda mitad del sumario en un puntaje disminuido; entre tres y seis líneas; ocupa tantas coles como el título; se ubica por encima o por debajo del título, puede haber una imagen o gráfico entre estos dos elementos; filete horizontal al borde inferior del sumario • Imagen; puede ser fotografía, gráfico, ilustración o tabla; atada visualmente por distancia al titular; puede haber una segunda imagen, diagramación libre • Crédito de autor; alineación a la derecha; nombre en bold, una línea; cargo en light • Cuerpo de texto; tipografía serif; en negro; se permite separación de palabras; inter-títulos centrados en bold y puntaje aumentado; filete de tres puntos de grosor y 1 cm de ancho al borde inferior del inter-título

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Texto destacado; incrustado en el cuerpo de texto; entre una y tres coles; sin contenedor; misma fuente del cuerpo de texto; color gris claro; alineación izquierda; puntaje alto (triple del cuerpo de texto); margen superior e inferior de 5 mm; filete horizontal al borde inferior del destacado
		BANDERA Para la página 2	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupa cinco coles por 35 mm de alto • Logotipo del periódico; ocupa alto de la bandera por 7 cm de ancho; filete vertical al borde derecho del logotipo • Créditos (protocolo); alineación centrada: Director, Director general, Comité editorial, Coordinador editorial, coordinación periodística, Corrección, Coordinación gráfica, Fotografía, Diseño, Impresión • Texto legal: Las opiniones expresadas por los autores y sus fuentes no comprometen los principios de la Universidad Nacional ni las políticas de UN Periódico • Información de contacto: Pagina web, correo electrónico, teléfonos, extensiones, fax, dirección, ISSN
		ARTÍCULO DE PORTADA Págs. 11 y 12 (no compaginadas) ■ POLICROMÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño flexible que trasciende las políticas establecidas, sin afectar el estilo gráfico

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “UTÓPICOS” (AÑO 4 Nº 5 – Marzo/08) UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI <i>Cali – Valle del Cauca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 29x42 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico de alta blanca ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Litografía ○ POLICROMÍA: 2 páginas 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación a una col</i></p> <p> POLICROMÍA</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Texto Contextualizador; altas y bold; alineación centrada: PERIÓDICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI • Logotipo del periódico; ocupa toda la col por 55mm de alto: (UTÓPICOS) • Ciudad y fecha: Santiago de Cali, Colombia - Marzo de 2008 • Número de edición e ISSN: Año 4 – Número 05 - ISSN 1900-5857
		<p>MOTIVO GRÁFICO DOMINANTE Una col por 28,5 cm de alto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen; ilustración tipo “collage” con efectos visuales digitales (bisel) • Título de artículo; fuente tipográfica tipo estencil; en altas; relleno blanco, borde negro; efecto de resplandor blanco; caja de texto rotada +/-5°: LAS CALLES SON OBRAS DE ARTE • Número de página; sobre imagen-contenedor; alineación centrada; dos líneas; en bold: Páginas 8 y 9
		<p>ÍNDICE Flotante</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sobre imagen-contenedor; en bold; texto alineado a la izquierda, número de página alineado a la derecha; cuatro ítems en cuatro líneas • Contenedor rotado +/-10°
		<p>PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicada en el borde inferior de la página; ancho de página por 4 cm de alto • Contiene información de las carreras que producen el periódico, logotipo de la universidad e información de contacto

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	ARTÍCULO PÁG. 2 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: registro
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Motivo gráfico dominante; ilustración digital; estilo vectorial; manejo de imagen tipo cabezote Antetítulo; en altas y en light; puntaje mediano; alineación centrada; cuatro coles y una línea Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; cuatro coles y dos líneas Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; borde inferior tipo filete con grafismo Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje, alineación centrada
		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Ubicada en el borde inferior de la página; ancho de página por 5 cm de alto
	ARTÍCULO PÁG. 3 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: crónica
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Motivo gráfico dominante; tres coles por alto de página; silueteado geométrico Titular (antetítulo + título) rotado +/-5°

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; en altas y en light; puntaje mediano; alineación izquierda; dos coles y dos líneas • Título; tipografía intervenida gráficamente; dos coles y dos líneas • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje, alineación centrada
	ARTÍCULO PÁG. 4 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente • Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: crónica
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Titular (antetítulo + título) en contenedor intervenido gráficamente tipo ilustración vectorial; tres coles • Antetítulo; tipo párrafo y valor normal; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y dos líneas • Sumario; tipo párrafo; alineación centrada; una col y 10 líneas; • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje, alineación centrada

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Ubicada en el borde inferior de la página; ancho de página por 4 cm de alto
	ARTÍCULO PÁG. 5 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: crónica
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Motivo gráfico dominante; cuatro coles por 16 cm de alto; silueteada Antetítulo; en altas y en light; puntaje mediano; alineación izquierda; dos coles y dos líneas Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y dos líneas; segunda mayor puntaje Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje, alineación centrada Fotografía; dos coles por 9 cm de alto; sin pie de foto
		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Ubicada en el borde inferior de la página; ancho de página por 4 cm de alto
	ARTÍCULO PÁG. 6 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página;

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			en bajas: crónica
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Motivo gráfico dominante; fotografía; cuatro coles por 13,5 cm de alto; sin pie de foto Antetítulo; en altas y en light; puntaje mediano; alineación izquierda; tres coles y una línea Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; cuatro coles y una línea Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra Fotografía; dos coles por 10,5 cm de alto; sin pie de foto
		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Ubicada en el borde inferior de la página; ancho de página por 4 cm de alto
	ARTÍCULO PÁG. 7 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: crónica
		ARTÍCULO 1 Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> Antetítulo; en altas y en light; puntaje mediano; alineación izquierda; dos coles y una línea Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; dos coles y dos líneas Fotografía principal; debajo del titular; dos coles por 17cm de alto; sin pie de foto Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Cuerpo de texto; tres coles; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra • Fotografía 2; dos coles por 7,5 cm de alto; sin pie de foto
		ARTÍCULO 2 Una col	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía; sobre el titular; una col por 8cm de alto; sin pie de foto • Antetítulo; en altas y bold; puntaje mediano; alineación izquierda; una col y una línea • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación izquierda; una col y tres líneas • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Cuerpo de texto; tres coles; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra
	ARTÍCULO CENTRAL págs. 8 y 9 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente • Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: crónica
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • La caja tipográfica completa esta rotada +/-15° • Antetítulo; tipo párrafo y en bold; puntaje mediano; alineación izquierda; una col y tres líneas • Título; tipografía como imagen, intervenida gráficamente; en altas y bold; puntaje alto; tres coles y dos líneas; primera en invertido • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje,

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<p>alineación centrada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía; una col por 9,5 cm de alto; sin pie de foto • Motivo gráfico dominante; fondo completo de cuadernillo ilustración digital tipo “collage”
	<p>ARTÍCULO PÁG. 10</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR</p> <p>Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente • Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal • Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: reportaje
		<p>ARTÍCULO</p> <p>Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía 1; cuatro coles por 7 cm de alto; sin pie de foto • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación izquierda; dos coles y dos líneas • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje, alineación centrada • Destacado; marco tramado; vértices redondeados; título en altas, alineación centrada y bold; texto tipo párrafo, en bold, sangría francesa; una col y 16 líneas • Fotografía 2; cuatro coles por 12 cm de alto; sin pie de foto; silueteada; texto bordea imagen
	<p>ARTÍCULO PÁG. 11</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR</p> <p>Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente • Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal • Nombre de categoría de página; ocupa una

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: crónica
		ARTÍCULO 1 Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía principal; sobre el titular; tres coles por 13 cm de alto; sin pie de foto • Antetítulo; en altas y en light; puntaje mediano; alineación izquierda; dos coles y una línea • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y una línea • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Cuerpo de texto; cuatro coles; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra
		ARTÍCULO 2 Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; en altas y bold; puntaje mediano; alineación izquierda; dos coles y una línea • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación izquierda; dos coles y dos líneas • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Fotografía; una col por 7 cm de alto; sin pie de foto • Cuerpo de texto; dos coles; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra
		ARTÍCULO 3 Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> • Fondo tramado • Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; dos coles y una línea • Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo • Cuerpo de texto; dos coles; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; fuente tipográfica diferente al resto de cuerpos de texto de artículos



SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	ARTÍCULO PÁG. 12 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: opinión
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Fotografía; dos coles por 6 cm de alto; sin pie de foto Título; en bold; puntaje alto; alineación centrada; tres coles y dos líneas, segunda en altas Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra; inter-títulos en bold, mayor puntaje, alineación centrada Destacado; marco tramado; vértices redondeados; título en altas, alineación centrada y bold; texto tipo párrafo, en bold, sangría francesa; ocupa dos coles, diagramado a una col y 16 líneas
		BANDERA Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Logotipo de la Universidad Santiago de Cali Logotipo del periódico Texto legal: Periódico de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad de la Universidad Santiago de Cali Créditos (protocolo): Rector, Decano Facultad de Comunicación Social y Publicidad USC, Dirección Utópicos, Editor Utópicos, Edición gráfica, diseño y diagramación, Diseño de logo Utópicos, Portada
		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> Ubicada en el borde inferior de la página;

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
		Cuatro coles	ancho de página por 5 cm de alto
	ARTÍCULO PÁG. 13 <i>Diagramación a tres coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: reportaje
		ARTÍCULO Tres coles	<ul style="list-style-type: none"> Antetítulo; tipo párrafo y en bold; puntaje mediano; alineación centrada; tres coles y una línea Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; tres coles y dos líneas; alineación derecha Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra Motivo gráfico dominante; fondo completo de página tramado con borde punteado de 3mm de grosor; ilustración tipo "caricatura"; silueteada Destacado; rotado a +/-(-5)°; marco tramado; vértices redondeados; título en altas, alineación centrada y bold; texto tipo párrafo, en bold, sangría francesa; primera palabra de cada párrafo en bold
	ARTÍCULO PÁG. 14 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: reportaje

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Motivo gráfico dominante; fondo completo de página tramado; Composición de fotografías de cuatro coles por 17 cm de alto Antetítulo; altas y en bold; puntaje mediano; alineación izquierda; cuatro coles y una línea Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación derecha; cuatro coles y dos líneas; segunda en altas Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra Destacado; marco tramado; vértices redondeados; título en altas, alineación centrada y bold; texto tipo párrafo, en bold, sangría francesa; dos coles
	ARTÍCULO PÁG. 15 <i>Diagramación a cuatro coles</i> ■ ACROMÁTICO	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: crónica
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Antetítulo; altas y en bold; puntaje mediano; alineación izquierda; tres coles y una línea Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación derecha; tres coles y una línea Crédito de autor; puntaje menor y en light; alineación izquierda; semestre al que pertenece el autor; borde inferior tipo filete con grafismo Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra Motivo gráfico dominante; composición fotográfica; tres coles y 25 cm de alto; sin pie de foto

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p>CONTRAPORTADA pág. 16</p> <p><i>Diagramación a tres coles asimétricas</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Numeración de página; en bold; alineación al borde externo de la página; enmarcado; borde izquierdo ausente Logotipo del periódico; sobre elemento gráfico lineal Nombre de categoría de página; ocupa una línea; alineación al borde interno de la página; en bajas: reportaje
		<p>ARTÍCULO Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Antetítulo; en altas y en light; puntaje mediano; alineación izquierda; dos coles y una línea Título; tipo párrafo y bold; puntaje alto; alineación centrada; cuatro coles y dos líneas; segunda en altas y extra-bold Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada; se permite partir palabra Fotografía; una col por 16,5 cm de alto; sin pie de foto
		<p>PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ubicada en el borde inferior de la página; ancho de página por 19,5 cm de alto

Anexo I. Análisis morfosintácticos de los históricos de El Giro


SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “EL GIRO” (Edición 1 – Octubre/04) UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE</p> <p><i>Cali – valle del Cauca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 28,5x32 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Rotativa ○ POLICROMÍA 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación a dos coles asimétricas</i></p> <p> POLICROMÍA</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logotipo del periódico “El Giro” • Eslogan: PERIODISMO REFLEXIVO • Ciudad y fecha: Santiago de Cali, Octubre de 2004 • Número de edición: Edición No. 1
		<p>ÍNDICE Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lead 1 (dominante / artículo central); una col; fotografía en picada; texto debajo de la fotografía; título del artículo, tipo párrafo y bold, alineación izquierda; descripción tipo párrafo, alineación izquierda, seis líneas; número de página con alineación derecha, debajo de la descripción • Lead 2; una col; en contenedor; título de la sección, en altas y bold, alineación izquierda; descripción tipo párrafo, alineación izquierda, cuatro líneas; número de página con alineación derecha, debajo de la descripción; fotografía silueteada y sangrada por arriba, a la derecha del texto, dentro del contenedor • Lead 3 a 5; una col; en contenedor; título del artículo, en altas y valor normal, alineación izquierda; descripción tipo párrafo, alineación izquierda, entre cinco y seis líneas; número de página con alineación derecha, debajo de la descripción
		<p>BARRA INFERIOR Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barra de 8 mm de alto • Texto contextualizador: SALA DE PERIODISMO – FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL • Logotipo de la UAO, sangrado sobre la barra; de 18x18 mm; tipo monocromático en rojo institucional
<p>PÁGINA EDITORIAL pág. 2</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado degradado de izquierda a derecha de oscuro a claro • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 	



SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	■ ACROMÁTICO		<ul style="list-style-type: none"> Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: OPINIÓN Ciudad y fecha de publicación; tipo título y en bold; en negativo sobre fondo tramado gris claro: Santiago de Cali, octubre de 2004
		ARTÍCULO EDITORIAL Una col	<ul style="list-style-type: none"> Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada; puntaje alto; borde inferior tipo filete: EDITORIAL Título del artículo; altas y bold; dos líneas Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada Firma del artículo; alineación derecha: Álvaro Rojas Guzmán, Decano de la Facultad de Comunicación Social
		IMPRESIONES Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada puntaje alto; borde inferior tipo filete: IMPRESIONES Título del artículo; altas y bold; una línea Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		CARICATURA Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> En contenedor con título Título; sobre fondo tramado; tipo párrafo y bold; alineación izquierda Autor; sobre fondo tramado; en altas y bold; alineación derecha Caricatura: cabida de 16.5x10.5 cm
		BANDERA Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Logotipo del periódico; 35x5 mm Texto legal; filete inferior y superior: Sala de Periodismo – Facultad de Comunicación Social Créditos (protocolo): Decano, Jefe Dpto. Ciencias de la Comunicación, Director Programa Comunicación Social, Directora Sala de Periodismo, Reporteros, Fotografía, Diseño Texto legal: los artículos firmados son responsabilidad exclusiva del autor


SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p>PÁGINA OPINIÓN pág. 3</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado degradado de izquierda a derecha de oscuro a claro • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: OPINIÓN • Ciudad y fecha de publicación; tipo título y en bold; en negativo sobre fondo tramado gris claro: Santiago de Cali, octubre de 2004
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 1 Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea • Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3,5 cm • Crédito de autor; nombre del autor tipo título y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo título y bold • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 2 Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea • Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3,5 cm • Crédito de autor; nombre del autor tipo título y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo título y bold • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 3 Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea • Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3,5 cm • Crédito de autor; nombre del autor tipo título y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo título y bold • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 4 a 15 y 18 a 31</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p>	<p>BARRA SUPERIOR cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado degradado de izquierda a derecha de oscuro a claro • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p>■ POLICROMÍA Páginas 4,5,13,20,21,24,28,30,32</p> <p>■ ACROMÁTICO todas las demás págs.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold Ciudad y fecha de publicación; tipo título y en bold; en negativo sobre fondo tramado gris claro: Santiago de Cali, octubre de 2004
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Se permite partir artículos y continuarlos no consecutivamente. p. ej.: de la pág. 7 pasa a la 21 Se permite más de un artículo por página Antetítulo (no obligatorio); tipo párrafo y puntaje normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; una línea por ancho del título Título (obligatorio); responde gráficamente al concepto del artículo, casi siempre intervenido por una imagen o grafía Sumario; responde gráficamente al concepto del artículo, casi siempre se contiene en un elemento gráfico del artículo Fotografía; diagramación libre, sin criterios. Casi siempre tipo collage o también silueteada. No tiene contenedor de pies de foto, no es obligatorio Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto y bold; no se permite partir palabra
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 16 y 17</p> <p><i>Diagramación a ocho coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	BARRA SUPERIOR Ocho coles	<ul style="list-style-type: none"> Contenedor con fondo tramado degradado de izquierda a derecha de oscuro a claro Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 16 y 17 Nombre de sección (ocupa las dos páginas); en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: ENFOQUE Ciudad y fecha de publicación; tipo título y en bold; en negativo sobre fondo tramado


SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			gris claro: Santiago de Cali, octubre de 2004
		ARTÍCULO Cuatro coles por página	<ul style="list-style-type: none"> • Permite diagramar elementos entre las páginas • Antetítulo; tipo párrafo y puntaje normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; una línea por ancho del título • Título (obligatorio); responde gráficamente al concepto del artículo, casi siempre intervenido por una imagen o grafía • Sumario; responde gráficamente al concepto del artículo, casi siempre se contiene en un elemento gráfico del artículo • Fotografía; diagramación libre, sin criterios. Casi siempre tipo collage o también silueteada. • No tiene contenedor de pies de foto, no es obligatorio • Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto y bold; no se permite partir palabra



SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS	
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “EL GIRO” (Ediciones 2, 3 y 4) Nov/04 – Feb/05 – May05 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE <i>Cali – valle del Cauca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 28,5x32 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Rotativa ○ POLICROMÍA: 16 páginas 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación a una col</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sobre motivo gráfico dominante • Logotipo del periódico “El Giro” • Eslogan: PERIODISMO REFLEXIVO • Ciudad y fecha • Número de edición 	
		<p>ÍNDICE Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lead (temática central); una col; fotografía de fondo (motivo gráfico dominante); texto flotante; título, en altas y bold, alineación centrada; descripción tipo párrafo, alineación centrada, dos líneas 	
		<p>BARRA INFERIOR Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barra de 8 mm de alto • Texto contextualizador: SALA DE PERIODISMO – FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL • Logotipo de la UAO, sangrado sobre la barra; de 18x18 mm; tipo monocromático en rojo institucional 	
		<p>PÁGINA EDITORIAL pág. 2</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado degradado de izquierda a derecha de oscuro a claro • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: OPINIÓN • Ciudad y fecha de publicación; tipo título y en bold; en negativo sobre fondo tramado gris claro: Santiago de Cali, octubre de 2004
			<p>ARTÍCULO EDITORIAL Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada; puntaje alto; borde inferior tipo filete: EDITORIAL • Título del artículo; altas y bold; dos líneas • Cuerpo de texto; sangría francesa;

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> alineación justificada Firma del artículo; alineación derecha: Álvaro Rojas Guzmán, Decano de la Facultad de Comunicación Social
		<p>IMPRESIONES Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada puntaje alto; borde inferior tipo filete: IMPRESIONES Título del artículo; altas y bold; una línea Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
	<p>PÁGINA OPINIÓN pág. 5</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>CARICATURA Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> En contenedor con título Título; sobre fondo tramado; tipo párrafo y bold; alineación izquierda Autor; sobre fondo tramado; en altas y bold; alineación derecha Caricatura: cabida de 16.5x10.5 cm
		<p>BANDERA Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Logotipo del periódico; 35x5 mm Texto legal; filete inferior y superior: Sala de Periodismo – Facultad de Comunicación Social Créditos (protocolo): Decano, Jefe Dpto. Ciencias de la Comunicación, Director Programa Comunicación Social, Directora Sala de Periodismo, Codirectora, Reporteros, Fotografía, Diseño Información de contacto: teléfono, extensiones, correo electrónico Texto legal: los artículos firmados son responsabilidad exclusiva del autor
		<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Contenedor con fondo tramado Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris medio; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: OPINIÓN Motivo visual relativo al logotipo del periódico

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> Fecha de publicación; en altas y light; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro: MAYO DE 2007
		ARTÍCULO OPINIÓN 1 Una col	<ul style="list-style-type: none"> Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		ARTÍCULO OPINIÓN 2 Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		ARTÍCULO OPINIÓN 3 Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 3 a 15 y 18 a 31</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p> POLICROMÍA Páginas 3,6,8,9,11,14,19,22,24,25,27, 30)</p>	BARRA SUPERIOR cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> Contenedor con fondo tramado degradado de izquierda a derecha de oscuro a claro Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold Ciudad y fecha de publicación; tipo título y en bold; en negativo sobre fondo tramado

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p>■ ACROMÁTICO todas las demás</p>		gris claro: Santiago de Cali, octubre de 2004
		<p>ARTÍCULO Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se permite más de un artículo por página • Antetítulo; tipo párrafo y puntaje normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; una línea por ancho del título • Título; tipo párrafo; se interviene de manera tal que una parte del título sea en bold o en negro y con mayor puntaje y otra sea en light o en gris y con menor puntaje; alineación responde a diagramación; entre dos y cuatro coles y entre una y dos líneas • Sumario (no obligatorio); tipo párrafo, valor normal y en itálica; puntaje medio; alineación responde a diagramación; ocupa tantas coles como el título y entre dos y cinco líneas • Fotografía; diagramación libre, sin criterios. Casi siempre tipo collage o también silueteada. • No tiene contenedor de pies de foto, su uso es obligatorio • Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto y bold; no se permite partir palabra
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 16 y 17</p> <p><i>Diagramación a ocho coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>BARRA SUPERIOR Ocho coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado degradado de izquierda a derecha de oscuro a claro • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 16 y 17 • Nombre de sección (ocupa las dos páginas); en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: ENFOQUE
		<p>ARTÍCULO Cuatro coles por página</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Permite diagramar elementos entre las páginas • Antetítulo; tipo párrafo y puntaje normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; una línea por ancho del título

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Título; tipo párrafo; se interviene de manera tal que una parte del título sea en bold o en negro y con mayor puntaje y otra sea en light o en gris y con menor puntaje; alineación responde a diagramación; entre dos y cuatro coles y entre una y dos líneas • Sumario (no obligatorio); tipo párrafo, valor normal y en itálica; puntaje medio; alineación responde a diagramación; ocupa tantas coles como el título y entre dos y cinco líneas • Fotografía; diagramación libre, sin criterios. Casi siempre tipo collage o también silueteada. • No tiene contenedor de pies de foto, su uso es obligatorio • Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto y bold; no se permite partir palabra
	<p>CONTRAPORTADA pág. 32</p> <p><i>Diagramación a una col</i></p> <p> POLICROMÍA</p>	<p>BARRA SUPERIOR Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad institucional de toda la página



SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS	
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “EL GIRO” (Ediciones 5 y 6) Sep/05 – Nov/05 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE <i>Cali – valle del Cauca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 28,5x32 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Rotativa ○ POLICROMÍA: 13 páginas 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación a dos coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudad y fecha • Número de edición • Logotipo del periódico “El Giro”; en blanco con sombra negra • Eslogan: PERIODISMO REFLEXIVO 	
		<p>ÍNDICE Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lead 1 (dominante); una col; montaje digital; texto flotante; título del artículo, tipo párrafo y bold, alineación izquierda; descripción tipo párrafo, alineación centrada, dos líneas; número de página en bold, puntaje alto • Lead 2 a 5; una col; contenedor de imagen de 4 por 2,5 cm; texto en contenedor; número de página en bold, puntaje alto; título del artículo, tipo párrafo y bold, alineación izquierda; descripción tipo párrafo, alineación izquierda, tres líneas 	
		<p>LOGOTIPO UAO Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una col • Alineación centrada • 2x2 cm • Debajo del lead 5 	
		<p>BARRA INFERIOR Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barra de 8 mm de alto • Texto contextualizador: SALA DE PERIODISMO – FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL 	
	<p>PÁGINA EDITORIAL pág. 4</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 04 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: OPINIÓN • Fecha de publicación; tipo párrafo y bold; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro
				

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
		ARTÍCULO EDITORIAL Una col	<ul style="list-style-type: none"> Fondo tramado Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada; puntaje alto; borde inferior tipo filete: EDITORIAL Título del artículo; tipo párrafo y light; una línea Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		IMPRESIONES Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada puntaje alto; borde inferior tipo filete: IMPRESIONES Título del artículo; tipo párrafo y light; una línea Crédito de autor; nombre del autor en tipo párrafo y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo párrafo y bold Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		CARICATURA Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> En contenedor con título Título; sobre fondo tramado; en altas y bold; alineación izquierda Autor; sobre fondo tramado; en altas y bold; alineación derecha Caricatura: cabida de 17x8 cm; dimensiones reales de 11x8 cm
		BANDERA Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Logotipo del periódico; 27x7 mm Texto legal; filete inferior: Sala de Periodismo – Facultad de Comunicación Social Créditos (protocolo): Decano, Jefe Dpto. Ciencias de la Comunicación, Director Programa Comunicación Social, Jefe Dpto. Publicidad y Diseño, Directora Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, Directora Sala de Periodismo, Reporteros, Comité Diseño Gráfico, Diagramación, Retoque digital e ilustración Texto Legal: Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva del autor y no reflejan la opinión de la Universidad Autónoma de Occidente


SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> Datos de Contacto: PBX, extensiones, correo electrónico
	<p>PÁGINA OPINIÓN pág. 5</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Contenedor con fondo tramado Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 05 Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: OPINIÓN Fecha de publicación; tipo párrafo y bold; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 1 Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm Crédito de autor; nombre del autor en tipo párrafo y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo párrafo y bold Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 2 Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm Crédito de autor; nombre del autor en tipo párrafo y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo párrafo y bold Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 3 Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm Crédito de autor; nombre del autor en tipo párrafo y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo párrafo y bold Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 4 a 15 y 18 a 31</p>	<p>BARRA SUPERIOR Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Contenedor con fondo tramado Numeración de página; en negativo sobre

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	<p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA Páginas 6,8,9,11,14,22,25,27,30,32</p> <p>■ ACROMÁTICO todas las demás</p>		<p>fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold • Fecha de publicación; tipo párrafo y bold; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; tipo párrafo y puntaje normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; una línea por ancho del título • Título; responde gráficamente al concepto del artículo, casi siempre intervenido por una imagen o grafía; usualmente de dos líneas, una bold otra light • Sumario; tipo párrafo, valor normal y en itálica; puntaje medio; alineación responde a diagramación; ocupa tantas coles como el título y entre dos y cinco líneas • Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en tipo párrafo y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo párrafo y bold • Fotografía; entre una y cuatro coles; pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas • Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto, bold y línea de texto de separación; no se permite partir palabra • Segunda fotografía; entre una y tres coles; pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 16 y 17</p> <p><i>Diagramación a ocho coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	BARRA SUPERIOR Ocho coles	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado negro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Fecha de publicación; tipo párrafo y bold; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro
		<p>ARTÍCULO Cuatro coles por página</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Permite diagramar elementos entre las páginas • Antetítulo; tipo párrafo y puntaje normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; una línea por ancho del título • Título; responde gráficamente al concepto del artículo, casi siempre intervenido por una imagen o grafía; usualmente de dos líneas, una bold otra light • Sumario; tipo párrafo, valor normal y en itálica; puntaje medio; alineación responde a diagramación; ocupa tantas coles como el título y entre dos y cinco líneas • Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en tipo párrafo y valor normal; cargo o dependencia debajo del nombre, tipo párrafo y bold • Fotografía; entre una y cuatro coles; pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas • Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto, bold y línea de texto de separación; no se permite partir palabra • Segunda fotografía; entre una y tres coles; pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
<p>PERIÓDICO UNIVERSITARIO: “EL GIRO” (Ediciones 7, 8, 9 y 11) UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE <i>Cali – valle del Cauca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ FORMATO: 28,5x32 cm. ○ MATERIAL: Papel Periódico ○ TÉCNICA DE IMPRESIÓN: Rotativa ○ POLICROMÍA: 11 páginas 	<p>PÁGINA DE PORTADA pág. 1</p> <p><i>Diagramación a dos coles</i></p> <p> POLICROMÍA</p>	<p>IDENTIFICADOR VISUAL Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudad y fecha: SANTIAGO DE CALI, MAYO DE 2007 • Número de edición: EDICIÓN 09 • Logotipo del periódico “El Giro”; en negativo • Eslogan: PERIODISMO REFLEXIVO
		<p>ÍNDICE Una coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lead 1 (dominante / artículo central); una col; ilustración digitalizada y pintada digitalmente; texto en contenedor flotante; número de página en bold, puntaje alto; título del artículo, en altas y bold, alineación izquierda; descripción tipo párrafo, alineación izquierda, dos líneas • Lead 2 a 5; una col; contenedor de imagen de 6,5 por 2,5 cm; texto en contenedor; número de página en bold, puntaje alto; título del artículo, en altas y bold, alineación izquierda; descripción tipo párrafo, alineación izquierda, dos líneas
		<p>LOGOTIPO UAO Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una col • Alineación centrada • 2x2 cm • Debajo del lead 5
		<p>BARRA INFERIOR Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barra de 5mm de alto • Texto contextualizador: ESTUDIANTES DE SALA DE PERIODISMO FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE - CALI
<p>PÁGINA EDITORIAL pág. 2</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p> ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris medio; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; 	




SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> en altas y bold: OPINIÓN Motivo visual relativo al logotipo del periódico Fecha de publicación; en altas y light; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro: MAYO DE 2007
		ARTÍCULO EDITORIAL Una col	<ul style="list-style-type: none"> Fondo tramado Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada; puntaje alto; borde inferior tipo filete: EDITORIAL Título del artículo; tipo párrafo y light; una línea Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		CARTA DEL DECANO Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Sección del artículo; en altas y light; alineación centrada puntaje alto; borde inferior tipo filete: CARTA DEL DECANO Título del artículo; tipo párrafo y light; una línea Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		CARICATURA Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> En contenedor con título Título; sobre fondo tramado; en altas y bold; alineación izquierda Autor; sobre fondo tramado; en altas y bold; alineación derecha Caricatura: cabida de 17x8 cm; dimensiones reales de 11x8 cm
BANDERA Dos coles	<ul style="list-style-type: none"> Logotipo del periódico; 27x7 mm Texto legal; filete inferior: Sala de Periodismo – Facultad de Comunicación Social Créditos (protocolo): Decano, Jefe Dpto. Ciencias de la Comunicación, Director Programa Comunicación Social, Jefe Dpto. Publicidad y Diseño, Directora Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, Directora Sala de Periodismo, Reporteros, 		

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<p>Comité Diseño Gráfico y Diagramación, Ilustración Portada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Texto Legal: Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva del autor y no reflejan la opinión de la Universidad Autónoma de Occidente • Datos de Contacto: PBX, extensiones, correo electrónico
	<p>PÁGINA OPINIÓN pág. 3</p> <p><i>Diagramación a tres coles</i></p> <p>■ ACROMÁTICO</p>	<p>BARRA SUPERIOR Tres coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris medio; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: OPINIÓN • Motivo visual relativo al logotipo del periódico • Fecha de publicación; en altas y light; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro: MAYO DE 2007
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 1 Una col</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea • Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm • Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 2 Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea • Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm • Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
		<p>ARTÍCULO OPINIÓN 3 Dos coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título del artículo; tipo párrafo y bold; una línea • Fotografía del autor; tipo retrato; de 2,5x3 cm

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> • Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light • Cuerpo de texto; sangría francesa; alineación justificada
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 4 a 15 y 18 a 31</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA Páginas 6,8,9,11,22,27,30</p> <p>■ ACROMÁTICO todas las demás</p>	<p>BARRA SUPERIOR Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris medio; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold • Motivo visual relativo al logotipo del periódico • Fecha de publicación; en altas y light; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro: MAYO DE 2007
		<p>ARTÍCULO Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Antetítulo; tipo párrafo y valor normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; cuatro coles y una línea • Título; tipo párrafo; medio título en light, medio en bold; puntaje alto; alineación responde a diagramación; cuatro coles y entre una y dos líneas • Sumario; tipo párrafo, valor normal y en itálica; puntaje medio; alineación responde a diagramación; cuatro coles y entre dos y tres líneas • Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light • Fotografía; entre una y tres coles; pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas • Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto y bold; no se permite partir palabra • Segunda fotografía; entre una y tres coles;

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			<p>pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas</p>
	<p>PÁGINAS DE ARTÍCULOS pág. 16 y 17</p> <p><i>Diagramación a cuatro coles</i></p> <p>■ POLICROMÍA</p>	<p>BARRA SUPERIOR Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris medio; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: PORTADA • Motivo visual relativo al logotipo del periódico • Fecha de publicación; en altas y light; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro: MAYO DE 2007
		<p>ARTÍCULO Cuatro coles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento gráfico más arriesgado con la posibilidad de diagramar entre páginas • Antetítulo; tipo párrafo y valor normal; puntaje mediano; alineación responde a diagramación; cuatro coles y una línea • Título; tipo párrafo; medio título en light, medio en bold; puntaje alto; alineación centrada; cuatro coles y una línea; tratamiento de color especial, cada palabra de un color diferente • Sumario; tipo párrafo, valor normal y en itálica; puntaje medio; alineación responde a diagramación; cuatro coles y entre dos y líneas • Crédito de autor; motivo gráfico relativo al logo del periódico; nombre del autor en altas y bold; cargo o dependencia debajo del nombre, en altas y light • Fotografía; entre una y tres coles; pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas; silueteada • Cuerpo de texto; alineación justificada; inter-títulos alineados con el texto y bold; no se permite partir palabra • Segunda fotografía; entre una y tres coles; pié de foto en contenedor gráfico

SISTEMA	UNIDADES	COMPONENTES	ELEMENTOS
			de entre una y dos líneas
	CONTRAPORTADA pág. 32 <i>Diagramación a dos coles</i>  POLICROMÍA	BARRA SUPERIOR Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Contenedor con fondo tramado • Numeración de página; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página: 02 • Nombre de sección; en negativo sobre fondo tramado gris medio; ocupa una línea; alineación al borde externo de la página; en altas y bold: GALERÍA • Motivo visual relativo al logotipo del periódico • Fecha de publicación; en altas y light; en negativo sobre fondo tramado gris oscuro: MAYO DE 2007
		ARTÍCULO Cuatro coles	<ul style="list-style-type: none"> • Título; en altas y bold; puntaje alto; alineación centrada; dos coles y una línea; • Sumario; tipo párrafo, valor normal y en itálica; puntaje medio; alineación responde a diagramación; dos coles y una línea • Cuerpo de texto; alineación centrada • Fotografías (cuatro); una col cada una; pié de foto en contenedor gráfico de entre una y dos líneas; llenan la página

Anexo J. Propuesta de rediseño de El Giro



EL GIRO

• SANTIAGO DE CALI •
MAYO DE 2008 • EDICIÓN 13

“Dios es rastafari”

En honor a Bob Marley.
El Giro presenta un especial
sobre la religión rastafari. **p12**

**Metal Rock:
pasión inoxidable**
los jóvenes roqueros se resisten a
que se estigmaticen su pasión.
Vibran las cuerdas. **p15**

**Un cumpleaños
en silencio**
Los ochenta años del premio nobel
de literatura y escritor colombiano
Gabriel García Márquez. **p23**

PERIÓDICO INSTITUCIONAL DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE

Universidad
AUTÓNOMA
de Occidente

Pugna con la historia

La destitución de Apolinar Salcedo debería ser el acto final de un conjunto de regímenes municipales que han regido a Cali sin la altura moral y la talla ideológica necesaria, no sólo para enfrentar los urgentes, múltiples y complejos fenómenos de la ciudad, sino para elevarla más allá de sus problemáticas.

Los electores y los líderes políticos de la capital vallecaucana tienen un panorama muy incompleto de su historia y su presente. Los caleños deben abandonar el lugar común ideológico de atribuirle la crisis de su urbe al conjunto de alcaldías insatisfactorias y deshonestas. También deberían construir una visión más trascendental de sí mismos y del espacio.

La historia, es decir, el trágico pasado político de Cali no determina su futuro. El saqueo de las arcas públicas y el clientelismo ocurrieron y, sin duda, ocurren día a día en los círculos del poder, pero esos crímenes no pueden servir para preenjuiciarse contra líderes venideros.

De igual forma, la reparación de la malla vial o la prisa en la construcción del MIO son deseos de toda la población. Sin embargo, esos no son remedios a la crisis de la Ciudad. Son síntomas de recuperación, pues el verdadero proceso de recuperación está en la vinculación de los sectores socialmente excluidos, ya sea por su ubicación en las zonas marginadas de la ciudad, por el desempleo o por su origen étnico.

Esos sectores excluidos constituyen la auténtica mayoría de Cali y para ellos se debería gobernar democráticamente, no para las minorías que financian y apoyan, a través del proselitismo y la demagogia, a los alcaldes y sus secretarios de gobierno.

Esa gran población nublada por la falta de oportunidades podría vincularse mediante una política trascendental de

seguridad social, en todo el sentido de la palabra. Seguridad para las colectividades, no referida al fortalecimiento desmedido de la fuerza pública, sino a la inamovible garantía de salud, empleo, educación y de participación política, fuera del temor y del soborno impuesto por el lado oscuro del poder caleño.

La lucha de Cali debe ser con su historia. El pasado no es pretexto para defender la apatía y permitir a las minorías regir la ciudad entre el peculado, el clientelismo y la demagogia. El ayer, en su punto más sórdido, alcanzado por la destitución de Apolinar Salcedo, debe ser el inicio de una carrera infatigable hacia la búsqueda del bienestar generalizado.

Academia con función social

CARTA DEL DECANO

POR ÁLVARO ROJAS GUZMÁN
DECANO FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La Facultad de Comunicación Social, a través de sus programas Comunicación Social-Periodismo, Diseño de la Comunicación Gráfica y Comunicación Publicitaria, ha consolidado la experiencia de los laboratorios Sala de Periodismo, Tienda de Campaña, Dilap, Prográfica, Producción Audiovisual y Comunicación Organizacional, para la creación y desarrollo de proyectos académicos específicos.

Los estudiantes con 94 créditos aprobados y buen desempeño académico podrán hacer parte de la estrategia de acercamiento a las lógicas reales de producción y funcionamiento de las organizaciones afines a los campos del conocimiento en los cuales se están formando. Con asesoría y acompañamiento, los estudiantes colocan a prueba las competencias profesionales propias de sus disciplinas. Para participar lo pueden matricular como electiva y acumular los respectivos créditos.

Posteriormente, desarrollarán actividades de proyección de la Facultad y de los Programas, con prácticas encaminadas a proponer alternativas y soluciones en Periodismo, Medios Audiovisuales, Comunicación Organizacional, Diseño de la Comunicación Gráfica y Comunicación Publicitaria.

Todo lo anterior, sin duda, aporta a la formación integral de nuestros estudiantes, que gracias a la Resolución No. 5860, aprobada por la Rectoría, crea 'Autonomedia' que contará con un comité de proyectos que se encargará de proponer políticas y planes de acción para el desarrollo y consolidación del Centro. Podrá, inclusive, atender demandas y necesidades profesionales de las organizaciones locales, regionales y nacionales, en los mismos campos de desempeño académico antes citados. El Comité estará integrado por el Director del Centro, los Coordinadores de las distintas Áreas de Servicios, presididos por el Decano de la Facultad.

BENEDICTO • EL GEDOS



PERIÓDICO UNIVERSITARIO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE - SANTIAGO DE CALI
Rector: Luis H Pérez Decano Facultad Comunicación Social: Álvaro Rojas Guzmán Director Autonomedia: Luis Fdo. Ronderos Directora de El Giro: María Eugenia Hernández
Editor: Gustavo Mejía Diseño Gráfico y Diagramación: Diego H Quintero, Manuel López Pino. Fotografía: Ángela Sofía Sepúlveda Portada: Diego Zúñiga.
LOS ARTÍCULOS FIRMADOS SON RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL AUTOR Y NO REFLEJAN LA OPINIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
CONTACTÉNDOS: 318 80 00 EXT. 11642 - 11643 - 11644 - SALAPERIODISMO@UAO.EDU.CO

Ecuanimidad

POR DAVID ROSALES
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

Los dos césares más admirables del Imperio Romano fueron Antonino Pío y Marco Aurelio. Julio César, Augusto y Trajano son recordados por su delirio conquistador, y Adriano, evocado gracias a su amor por el fasto. Pero la admiración pertenece a esos dos emperadores mencionados al principio.

A Antonino se le llamó Pío porque fue un hombre tan virtuoso, que aun al mando absoluto del imperio más poderoso de la historia, se portó piadosamente con sus enemigos y contradictores más encarnizados. Durante su agonía, uno de sus guardias personales le preguntó cuál sería el santo y seña de los centinelas para ese día. El respondió: "Ecuanimidad". En eso pensaba al morir.

Marco Aurelio, a pesar de pasar su régimen batallando contra los bárbaros en los muros de Roma, escribió el mejor tratado de ética en el curso del pensamiento occidental: las *Meditaciones*. En ese libro, de un estoicismo tan elemental como sublime, el César filósofo escribió: "Lo propio del hombre es amar incluso a quienes le han hecho daño". Marco Aurelio, al igual que Antonino Pío, encara sereno e indulgente a sus adversarios.

La historia desconoce insultos o venganzas de estos dos emperadores romanos. Esta pequeña evocación es útil para recordar que el alma de los poderosos debe estar adornada por las virtudes de la paciencia, la serenidad, la ecuanimidad y la tolerancia. Por parecer muy básicas, la importancia de esas cualidades se olvida: desde Europa, Francia le da la mano a Colombia para elegir a un presidente bravucón y peligroso.

Nicolás Sarcozy, el electo presidente del país Galo, se pondrá la banda tricolor en el pecho. Libertar, Fraternidad, Igualdad representan los colores de ese estandarte, pero Sarcozy no los honra: llama "escoria de la sociedad".

Soy periodista y ¿qué con eso?

POR YENNY VIVIANA CRUZ
DOCENTE - UAO

Ser periodista implica una gran responsabilidad social, trabajar en un medio de comunicación y salir a buscar la noticia parva cumplirle al jefe es sólo una de las metas cotidianas. No se trata de enorgullecer a la familia porque salimos en televisión, hablamos en radio o escribimos para algún impreso. Contar con un empleo remunerado para sobrevivir o tener un centro dónde hacer la práctica profesional es importante pero no lo determinante en nuestras vidas... Ser periodista va mucho, pero mucho más allá.

Cuando la crisis social se hace tan evidente y la verdad tan vulnerable, es de gran importancia contar con comunicadores íntegros, con sentido crítico, conciencia colectiva y bien formados, para que generen en los ciudadanos el deseo y la necesidad de participar en los procesos democráticos. Basta con asistir a foros, encuentros o conversatorios en distintos ámbitos, especialmente universitarios, para darse cuenta que muchos tienen la expectativa de opinar. Eso ya es un acierto y un avance. La

Se armó el proyecto

POR CLAUDIA LEMOS
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

Actualmente en el Congreso colombiano hace trámite un proyecto de ley para controlar el porte, la tenencia y la venta de armas de fuego, promovido por Guillermo Rivera y Simón Gaviria. Esta propuesta exige más requisitos para cualquier particular que quiera adquirir un arma, entre estos la realización de un examen psicológico.

El proyecto representaría un beneficio para la población civil, puesto que los ciudadanos no tendrían tanta facilidad para obtener un arma. En Colombia la gente piensa que mediante la fuerza se puede mantener el orden. Un reciente estudio del programa Ondas de Colciencias demuestra que los niños y jóvenes se sienten desprotegidos por lo que recurren a la violencia. De los 127 mil niños encuestados en 27 departamentos, 9 de cada 10 ve en la violencia una opción para protegerse. Además, un informe de la Veeduría Distrital de Bogotá señala que la principal causa de muerte en adolescentes es el homicidio por arma de fuego o corto punzante. Si existen más controles por parte del Estado los jóvenes tendrán menos acceso a las armas las cuales en muchas ocasiones las obtienen de sus padres.

Un ejemplo es el caso de Virginia Tech. en Estados Unidos donde 33 personas murieron en una institución universitaria. El autor de la masacre fue un joven de 23 años que aparentemente tenía problemas psicológicos y que había comprado el arma cerca de la universidad. Y es que en el país del norte es tan fácil conseguir un arma, que con sólo abrir una cuenta en un banco se puede reclamar un rifle, como lo presenta Michael Moore en su documental "Bowling for Columbine."

1. OPINIÓN



2. OPINIÓN



3. OPINIÓN



ENTREVISTA CON INTEGRANTES DEL GRUPO POLÍTICO UNIVERSITARIO LEA DE LA UAO. OPINARON SOBRE TEMAS COMO LA PARAPOLÍTICA, EL GOBIERNO DE ÁLVARO URIBE VÉLEZ Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES EN PROCESOS POLÍTICOS.

PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LA POLÍTICA CALENÁZ

LEA, política de jóvenes para jóvenes

POR ALEJANDRO MORALES DEVIA
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

Desde hace algunos años un equipo de estudiantes construye espacios de encuentro, actividades sociales, académicas de proyección nacional e internacional, apostándole al futuro institucional y profesional de cada uno de los miembros de la Universidad Autónoma de Occidente de Cali.

Así nace el movimiento Liderazgo Estudiantil Autónomo (LEA), como un grupo de política estudiantil independiente con una propuesta diferente, sin precedentes en la historia de la universidad, y cuya misión es recoger el sentimiento de las futuras generaciones buscando contribuir a su mejoramiento continuo desde los tres pilares fundamentales para su desarrollo: academia, investigación y proyección social, todo esto fundamentado en el nuevo concepto de Responsabilidad Social Universitaria.

En este grupo estudiantil no sólo se habla de política universitaria, también se manejan temas de coyuntura nacional como la gestión del gobierno actual en Colombia. Al parecer, dentro del grupo existe una discrepancia sobre la gestión que ha realizado el presidente Álvaro Uribe Vélez durante sus dos mandatos. Algunos están satisfechos con su labor como Presidente, otros lo critican severamente; y otros, ni lo atacan, ni lo defienden.

¿Qué piensa acerca de la gestión del presidente Uribe?

Oscar Vélez, presidente de LEA, insiste en la buena labor de Álvaro Uribe Vélez. "Creo que no existirían unos mejores indicadores de gestión que los logrados por el Presidente. No es perfecto, pero ha enfrentado las peores condiciones con mano dura, no se le ha quedado callado y ha puesto a marchar a más de un centenar de políticos en su amplia y proactiva visión de estado".

Muy por el contrario, Vianey Ramírez, estudiante de comunicación social y representante al Consejo de la Facultad de Humanidades de la UAO, recrimina las acciones del alto mandatario. "Él es un presidente que llegó con unos intereses personales, no ha tenido en cuenta el desarrollo social del país, cree que regalando casas o visitando las zonas de alto riesgo va a hacer mucho, pero no, los problemas de desempleo, educación y violencia no se solucionan así."

Finalmente, Claudia Rodríguez, representante al Consejo Académico de la UAO, señala: "personalmente no me considero uribista, tampoco de aquellos que viven lamentándose de su gestión. Por el momento espero que nuestro Presidente lleve al país a una mejor situación y no se quede únicamente en una buena imagen, que no se preocupe solo por el crecimiento económico, sino también por la sociedad y la educación".

¿Qué conoce sobre la parapolítica?

Vianey Ramírez trata de esclarecer el concepto de parapolítica. "Es un fenómeno que se ha destapado en los últimos meses sobre los nexos entre congresistas, ex congresistas y algunos alcaldes con los grupos de autodefensas", concepto que perfecciona Oscar Vélez: "incursión de tendencias paramilitares en personas pertenecientes a partidos políticos y/o congresistas colombianos".

Así mismo, Claudia Rodríguez comenta sobre las consecuencias que trae éste fenómeno al pueblo colombiano. "Ese vínculo entre la política y los paramilitares afecta profundamente la legitimidad de los estamentos de estado como el congreso, trayendo consecuencias negativas para nuestra democracia, porque la gente ya no cree en aquellos que elige y mucho menos en los estamentos que promulgan las leyes que nos rigen".

"LEA es un movimiento que nace en una universidad, la cual es responsable de la transformación social de un país.

Creo que se inicia una era de participación en la cual los estudiantes pondremos un punto alto y seremos responsables de grandes cambios donde la política sea de jóvenes, para jóvenes.". Sostiene Luis Fernando Ortiz, estudiante de economía y representante al Consejo Superior.



FOTO:
Integrantes de LEA,
el día de apertura
de elecciones en la
Universidad Autónoma
de Occidente

El debate, una cordial discusión

POR ALEJANDRO MORALES DEVIA
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

La sana discusión ayuda a las personas a arreglar diferencias, aprender de quienes tienen posturas diferentes y a tener un espíritu participativo con el objetivo de defender un punto de vista claro.

El debate es una forma de plantear y enriquecer ideas. Los planteamientos defendidos deben estar fundamentados en fuentes reales, precisas y fuertes, que apoyen la postura que se está defendiendo.

Entre el 9 y el 20 de abril se llevó a cabo en la UAO la tercera edición del Torneo de Debate. Esta actividad académica tuvo como propósito promover la investigación y el punto de vista crítico frente al conocimiento, el desarrollo de la argumentación, la expresión oral y corporal por parte de los estudiantes participantes.

Además, el torneo tenía como premio principal para el equipo ganador, participar en el Torneo Hispanoamericano de Debate que

este año se llevará a cabo en ciudad de Panamá entre el 14 y 17 de mayo.

Cada debate se desarrolla entre dos equipos constituidos por dos oradores, (estudiantes activos de la universidad que no están en cursos de postgrados o maestrías), y un capitán (preferiblemente docente de la UAO). Estos equipos defienden posturas con relación a temáticas sorteadas el primer día del torneo, el cual tiene como tema central: la cultura contemporánea.

Es precisamente este espacio donde se confrontan opiniones de manera civilizada. Estas constituyen la enseñanza que se quiere dar a cada uno de los participantes, teniendo en cuenta que vivimos en un país donde las cuestiones de estado no se arreglan de la mejor manera. Según Héctor Abad, en su artículo *Las armas y las letras*, "es triste que se condene el uso de la palabra, por imprecisa que sea, y se defienda como una virtud el uso preciso de las armas de fuego".

VOCES

- CÉSAR AUGUSTO QUIÑÓNEZ, ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y GANADOR DEL TERCER TORNEO DE DEBATE DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE.
"EL TORNEO DE DEBATE ES UN ESPACIO ACADÉMICO QUE BRINDA LA UNIVERSIDAD A LOS ESTUDIANTES PARA LA EXPRESIÓN LIBRE Y SÓLIDA DE ARGUMENTOS. LAMENTABLEMENTE HACE FALTA MÁS PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTIL PARA HACER DE ESTA ACTIVIDAD DE LA UAO"

LA UAO OFRECE ESPACIOS DE DEBATE EN DONDE SE PUEDEN DEFENDER Y REFUTAR IDEAS, TENIENDO COMO BASE LA ARGUMENTACIÓN SÓLIDA DE ÉSTAS Y EL RESPETO MUTUO ENTRE LOS EQUIPOS DEBATIENTES



FOTO:
Los campeones del Tercer Torneo de Debate que organiza la Universidad Autónoma de Occidente. De izquierda a derecha: Capitana, Irina Gato (docente), y los oradores César Augusto Quiñónez y Yulie Paoline Lozada

LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL DEBE REALIZARSE DE MANERA CONSCIENTE

Votar no es una moda, es una responsabilidad

POR VIANEY RAMÍREZ DE LOS RÍOS
ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN MAG

La fuerza electoral que representa la juventud es bastante grande. Por esto, los jóvenes se encuentran expuestos a un sinnúmero de influencias proselitistas que realizan los candidatos en esta época. Sin embargo, la claridad sobre las funciones de cada cargo por el que se vota no es suficiente.

En un país como Colombia, la participación electoral debe realizarse de manera consciente y la ciudadanía representa el control al poder, por esto la constitución creó corporaciones públicas encargadas de ejercer control político, legislativo y administrativo a los diferentes actos de los gobernadores, alcaldes, secretarios de despacho y gerentes o directores de instituciones descentralizadas y es así, porque una democracia sin control no es real y termina convirtiéndose en tiranía.

Los cargos más importantes en el ámbito regional son el de Gobernador y el de Alcalde, que tienen funciones principalmente administrativas y son la representación legal del departamento o municipio. Pese a tener gran influencia en la trayectoria del municipio y el departamento,

las acciones que pueden ejercer las alcaldías y la gobernaciones deben estar en el marco legal y algunas ser aprobadas por corporaciones públicas de control por esto muchos aspectos tienen mayor injerencia.

Las asambleas departamentales y los concejos municipales son las corporaciones públicas, a nivel regional y local, encargadas de este tipo de control y gestión. Por medio de éstas, el poder ejecutivo debe atenerse a las leyes, obtiene o no autorización para la celebración de diferentes contratos y se somete al cumplimiento de presupuestos, planes y programas de desarrollo socio económico y de obras públicas.

En el ámbito departamental está la Asamblea, que debe estar constituida por no menos de 11 miembros ni más de 31 según la constitución política. La Asamblea Departamental del Valle del Cauca se encuentra conformada por 21 integrantes. Ésta tiene autonomía política y presupuesto propio bien planeado.

Quienes conforman la organización son los llamados diputados, los cuales tienen calidad de funcionarios públicos y poseen un régimen de inhabilidades menos estricto que el de los congresistas.

La Asamblea, a través de ordenanzas, se encarga, entre otros aspectos, de determinar las disposiciones que tienen que ver con la planeación y el desarrollo económico y social del departamento; definir el apoyo financiero para los municipios y determinar las inversiones necesarias para la ejecución de obras públicas, teniendo en cuenta el presupuesto nacional.

Además, la Asamblea es responsable de autorizar al gobernador para efectuar contratos y utilizar bienes, por lo tanto el gobernador presenta propuestas para la realización de ordenanzas que den el aval para realizar negocios con agentes externos en los casos necesarios.

A nivel municipal se encuentra el Concejo Municipal, integrado por no menos de siete miembros ni más de 21 de acuerdo con la población del municipio. Para Cali el número de Concejales es 21.

Éstos no tienen la calidad de servidores públicos, pero sus deberes, cualidades e impedimentos son iguales a uno, por ejemplo, si un concejal acepta un empleo de servicio estatal cometería una falta absoluta que puede llegar a costarle la destitución definitiva.

CADA CUATRO AÑOS APARECE UNA AVALANCHA DE VALLAS PUBLICITARIAS DE LOS NUEVOS CANDIDATOS PARA CONCEJOS, ASAMBLEAS, GOBERNACIONES Y ALCALDÍAS.

FOTO:
El voto en blanco dejó de ser simbólico a partir de 2003. La votación consciente es sinónimo de ciudadanía



Sala de Periodismo: tiempo de cosecha

POR JUAN SEBASTIÁN DUQUE
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN Y NOCIAS

Juan Andrés Valencia ingresó a la Revista Soho como productor, Daniel Samper Ospina, director de la revista, le confió a Juan Andrés la escritura de una particular propuesta: debía suplantar a un luchador libre y escribir la crónica de dicha experiencia. A raíz de este ejercicio periodístico se ganó el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar en la categoría 'Mejor Artículo Revelación Prensa'.

La capacidad de trabajo y compromiso de Diana Durán le abrieron las puertas de la revista Semana, donde ingresó como practicante y se quedó.

Recientemente Diana dio muestras de arrojo, al abandonar su puesto en la prestigiosa casa editorial, para vincularse a El Espectador como editora junior.

David Horacio Rosales. Intelectual, amante del Jazz y profundo conocedor del séptimo arte, ha hecho radio en Univalle Estéreo y actualmente cursa su práctica profesional en el periódico comunal Easy Reader, en Hermosa Beach (California), con el duro reto de realizar periodismo en inglés.

A ellos se suman Iván Díaz y Fernando Santacruz, ambos comunicadores sociales - periodistas 'autónomos'. Iván trabajó en Caracol Radió como productor y libretista con Julio Sánchez Cristo en el

programa Salsa con Estilo. En cuanto a Santacruz, forma parte activa de ACNUR, la agencia de la ONU para los refugiados, un organismo con 263 oficinas en 110 países.

Dos cosas en común enlazan a estos profesionales del periodismo: ninguno supera los treinta años de edad y todos ellos hicieron parte del primer grupo de estudiantes que integraron la naciente Sala de Periodismo de la Universidad Autónoma de Occidente en el año 2004.

No son todos, hay que decirlo. Se quedan algunos nombres, tanto de la primera generación, como de las posteriores. Y en todos ellos perdura, de algún modo, la formación periodística que impartió la Sala.

Génesis de un sueño

La idea se le ocurre a Álvaro Rojas, Decano de la Facultad de Comunicación Social, quien venía pensando en la necesidad de un espacio en donde el estudiante aplica sus competencias periodísticas.

Este laboratorio creativo ve la luz en el primer semestre del 2004, bajo la entusiasta dirección de María Eugenia, el riguroso criterio editorial de Esaud Urrutia y el apoyo de Yenny Viviana Cruz, docente de radio.

Desde su fundación, la Sala estuvo concebida como un proyecto que aplicaría los cuatro grandes campos del periodismo: prensa, radio, televisión y el medio digital.

Sala de Periodismo: ¡adelante colegas periodistas!

En breve, la Sala de Periodismo contará con su propia página de Internet. "Vamos a tener la necesidad de cubrir todas las demandas que nos da la página" afirma la Directora, dejando entrever los retos que se vienen encima.

"A 2010 anhelamos llegar a ser una agencia de noticias para el Valle del Cauca, y podamos retroalimentar a los demás medios de comunicación, porque nosotros vamos a tener la disciplina y el compromiso de mirar muy bien los fenómenos de ciudad", agrega.

Queda pues la inquietud, para aquellos jóvenes que estén aspirando a ser periodistas en un futuro no muy lejano, de considerar este espacio como una oportunidad de atenuar ese choque, a veces brusco, que existe cuando el novato ingresa al mundo laboral.

¡LÉO EL NUEVO SITIO WEB

LA NUEVA PÁGINA WEB DE LA SALA DE PERIODISMO BUSCA QUE LOS ESTUDIANTES QUE QUIERAN EXPLOTAR SUS APTITUDES PERIODÍSTICAS LO HAGAN SIN PROBLEMA. EL PORTAL TENDRÁ CUATRO COMPONENTES BÁSICOS:

- SECCIÓN AUDIO PARA RADIO
- EL GIRO IMPRESO EN PDF
- SECCIÓN AUDIOVISUAL (CRÓNICAS Y REPORTAJES URBANOS)
- EL GIRO VIRTUAL Y BOLETÍN NOTICIOSO

EL PERIÓDICO
EL GIRO
FUE LA CUNA
DE NUEVOS
Y EXITOSOS
PROFESIONALES
DEL PERIODISMO



FOTO:
Archivo
Sala de Periodismo

JUEGOS DE VIDEO CON ACTIVIDAD FÍSICA

Nintendo Wii rompiendo paradigmas

POR ANDRÉS GARCÍA

NINTENDO.COM, WIIU.NINTENDO.COM

El 17 de noviembre de 2006, después de casi dos años de espera, Nintendo lanzó al mercado su nueva generación de videojuegos, la consola Wii. Esta es la séptima consola que Nintendo desarrolla desde sus inicios en la década de los ochentas.

El nombre de esta consola no coincide casualmente con la fonética del pronombre inglés de nosotros (we), sino que fue escogido adrede por sus realizadores. El presidente de Nintendo, Satoru Iwata afirmó que este nombre cumple con la idea de poner la consola en manos de todo el mundo.

La Wii es un aparato revolucionario dentro del mundo de los juegos virtuales, debido a que es la primera consola que le imprime actividad física al hecho de jugar videojuegos. Ahora los usuarios de Wii no permanecen estáticos presionando simplemente algunos botones y moviendo joysticks, sino que deben interactuar físicamente con su juego.

Por ejemplo, si una persona se encuentra jugando béisbol en Wii Sports, ésta debe estar de pie, con el control en las manos y simular el movimiento de un bateazo, agitando sus brazos desde atrás hacia delante para poder impactar la bola. A esta actividad física se le suman otras características necesarias para poder avanzar en los juegos como precisión, velocidad y fuerza.

Lo anterior se puede realizar gracias a los novedosos controles de esta consola, que tienen incorporados

sensores de movimiento de triple eje y están equipados con tecnología inalámbrica Bluetooth, la cual tiene un alcance mínimo de cinco metros y máximo de diez.

Los usuarios de Wii se encuentran satisfechos por este nuevo producto que desarrolló Nintendo. Anthony Borrero es jugador de esta consola y asegura que satisface todas las expectativas creadas por la compañía japonesa antes del lanzamiento, debido a que es una propuesta distinta, que cambió la interactividad entre el jugador y su videojuego.

Estos controles son novedosos y curiosos hasta en sus diseños. Para empezar, éste se encuentra compuesto por dos controles que se combinan en uno sólo: el Wii Remote, denominado de esta manera por su parecido con un control remoto de televisión y el Nunchuk, que viene equipado con un joystick.

El costo de la Wii varía de país en país: en Estados Unidos cuesta 250 dólares, en la Unión Europea, 328 dólares, en México, 410 dólares y en nuestro país cuesta \$1'100.000, es decir, 500 dólares, aproximadamente.

Hasta la fecha las ventas ascienden a más de seis millones de unidades en todo el mundo, y en Cali, el almacén Carrefour registra más de cuarenta consolas vendidas desde diciembre hasta los primeros días de abril.

El pasado en el presente

Las virtudes de esta consola no se quedan concentradas únicamente en su novedoso modo de juego y su diseño moderno. Por el contrario, otro de los mayores atractivos de esta consola es que en ella se pueden jugar los videojuegos de antaño de las consolas de generaciones anteriores.

Por lo general, cuando una compañía de videojuegos crea una nueva consola, deja de producir juegos para su anterior modelo, que queda en desuso y en el olvido.

Pero Nintendo y su nueva consola buscan todo lo contrario. La plataforma tecnológica con la que viene equipada la Wii, le permite a

EL ROTUNDO ÉXITO DE ESTA CONSOLA DE VIDEOJUEGOS SE REFLEJA EN LOS MÁS DE SEIS MILLONES DE UNIDADES VENDIDAS EN TAN SÓLO CUATRO MESES.





sus usuarios descargar de Internet los videojuegos de vieja data y jugarlos en ella. Convirtiéndose de este modo en una consola múltiple.

Para poder gozar con los juegos de los años ochentas, noventas y los del nuevo milenio en Wii, éstos deben ser comprados por Internet a través de la página oficial de Wii (Wii.com) o por el canal de compras del menú principal de la consola.

Después de tener instalados los videojuegos clásicos es necesario comprar el Mando Clásico (Classic Controller), que es un tercer control especial que debe conectarse al Wii Remote. De este modo podrás disfrutar de viejos conocidos como Fútbol Excitante 96, Súper Mario RPG, Top Gear, entre otros.

"Ese es un valor agregado que tiene esta consola y la pone un paso por delante de su competencia, porque uno creció con Nintendo y poder volver a jugar aquellos juegos es algo muy emotivo", añade David Zúñiga, usuario de la Wii.

Adicionalmente, en esta consola se pueden jugar los videojuegos de Gamecube (predecesor de la Wii) sin la necesidad de descargar ni instalar nada. Para ello los controles y memorias del cubo se deben conectar en el costado izquierdo de la Wii e insertar normalmente sus discos.

Puntos débiles

Tras observar el panorama de la Wii y de los cambios revolucionarios que ha implementado, cualquier persona pensaría que esta consola no tiene puntos débiles o desventajas. Pero si se analiza con cuidado y atención, se llega a la conclusión que la Wii tiene algunas desventajas y especial en Sudamérica.

Para empezar, su mayor virtud, puede convertirse en su mayor defecto. Lo más importante y revolucionario de esta consola son sus controles, pero a la vez es su talón de Aquiles. Esto se debe a que el Wii Remote funciona con baterías AA, las cuales se agotan aproximadamente

en diez días y generan un gasto extra e inoficioso si se le compara con los controles de su competencia.

Ese problema se puede solucionar haciendo una inversión adicional, comprando pilas recargables y su respectivo cargador, pero las baterías se pueden descargar en la parte más emocionante de un juego y se debe esperar a que las baterías carguen para reanudar la acción.

A ese problema de las baterías del Wii Remote se le suma el hecho que las primeras manillas de seguridad de este control salieron defectuosas y han generado accidentes en los que algunos controles quedan destruidos y crean daños colaterales.

"Uno se sobre pasa en su fuerza y lamentablemente ocurren accidentes", comenta Erwin Eduardo Borrero, cuyo control literalmente salió volando por toda la sala y terminó estrellándose contra una pared, después de que la manilla de seguridad se reventara mientras disputaba un reñido partido de tenis. Curiosamente el control tan sólo tenía quince días de uso.

Ante hechos como éste, que se repiten con frecuencia en todo el mundo, Nintendo reconoció que es un error de producción y en su página oficial (www.nintendo.com) se comprometió a cambiar.

¿WII O NO Wii?

LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL COINCIDEN EN QUE EL DISEÑO DE ESTA NUEVA CONSOLA TRAE CONSIGO UN NUEVO ESQUEMA DE DIVERSIÓN PARA TODAS LAS EDADES.

EL TORNEO DE WIES UN ESPACIO QUE LE BRINDAN A LOS ESTUDIANTES PARA LA EXPRESIÓN LIBRE Y SÓLIDA DE HABILIDADES. LAMENTABLEMENTE HACE FALTA MÁS PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTIL PARA HACER DE ESTA ACTIVIDAD DE LA UAO CÉSAR AUGUSTO QUINÓNEZ, ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y GANADOR DEL TERCER TORNEO DE DEBATE DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE.

ES MUY INTERESANTE COMO ESTA CONSOLA LEE LOS MOVIMIENTOS DEL CUERPO Y TE PERMITE SENTIRTE MÁS DUEÑO DE LO QUE HACES. LIBRE Y SÓLIDA DE ARGUMENTOS. LAMENTABLEMENTE HACE FALTA MÁS PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTIL PARA HACER UN BUEN EJERCICIO LUGICO FAMILIAR.



FOTO IZQ:
Consola de videojuegos Nintendo Wii y el Wii Remote

FOTO DERECHA:
Control de mando Wii Nunchuk conectado al Wii Remote

GABRIEL GARCÍA MARQUEZ: UNA CONCIENCIA QUE ENMUDECIÓ

Un cumpleaños en silencio

POR DAVID HORACIO ROSALES
REPORTAJE COMUNICACIÓN SOCIAL - INAF

El estruendo que dejó el muro de Berlín al caer levantó el polvo del olvido. La gran nube sumió a la humanidad en un breve sueño de paz y amor, del que fue despertada con nuevas y atroces guerras, por ejemplo, el conflicto en los Balcanes a finales del siglo XX. También sirvió para ocultar el pasado de muchos personajes y de sus conciencias.

El auge del socialismo en América Latina fue una época de esperanza, exaltación y heroísmo. Se combatieron las tiranías fascistas, se plantaron los cimientos para una educación más equitativa y libre, desde la primaria hasta las universidades. Aunque de igual forma, fue una era de dogmatismo y ceguera.

Así como Augusto Pinochet cercenó hasta la muerte al cantautor Víctor Jara y Rafael Videla empujaba a sus enemigos desde las compuertas de aviones en vuelo, Fidel Castro también persiguió hasta el exterminio a la generación más brillante de escritores cubanos del siglo pasado.

El dictador de la Isla marginó y humilló, con la ayuda de su policía, a los novelistas Virgilio Piñera, José Lezama Lima y Reinaldo Arenas. Castro hizo pública la condición

homosexual de los tres y así tuvo pretexto para atacarlos. Quería eliminarlos porque ellos estaban en desacuerdo con la súper-burocracia y las restricciones inhumanas del socialismo castrista.

Mientras esto ocurría, durante los años sesentas y setentas, el Premio Nóbel de Literatura, Gabriel García Márquez estrechaba la mano de Fidel Castro, uno de sus mejores amigos. Esa misma mano que envió al exilio y la muerte al escritor Calvert Casey.

GARCÍA MÁRQUEZ FUE LO QUE, GRACIAS A JEAN PAUL SARTRE, SE DENOMINÓ UN LITERATO "COMPROMETIDO". EL TÉRMINO SE APLICABA, A LOS NOVELISTAS, POETAS, DRAMATURGOS Y PINTORES SIMPATIZANTES CON LA DOCTRINA COMUNISTA.

Tras la crisis de conciencia, posterior a la Segunda Guerra Mundial, Sartre propuso que el arte y la filosofía debían aportar a la reconstrucción moral del planeta. Como el socialismo era la teoría sociopolítica en la que estaban concentradas las esperanzas de la mayoría de humanistas, apoyar la causa izquierdista era la alternativa históricamente más acertada.

Sobre el papel, la idea de Sartre no era censurable. Pero en la realidad,

muchos escritores, para lograr el favor de la juventud y sostener su vigencia, se subieron a ese carro del triunfo. No existe un ejemplo más claro de este fenómeno que el prosista peruano Mario Vargas Llosa.

El autor de *Pantaleón y Las Visitadoras* fue, hace más de tres décadas, un simpatizante de la izquierda mundial. Hoy en día, ese mismo novelista sugiere a los latinoamericanos, en entrevistas y conferencias, que no le teman al modelo neoliberalista. Vargas Llosa invita a respetar y a tener una festerena en las instituciones hegemónicas que cada cuatro años hacen experimentos catastróficos con el bienestar de la población sudamericana.

Por razones personales y, no es difícil sospecharlo, por envidia literaria, Vargas Llosa es uno de los críticos más reiterativos de la simpatía de García Márquez por Fidel Castro. Aunque esta acusación no tiene un fundamento ético válido, pues el peruano es igual de culpable ante la historia, al defender un modelo tan funesto para el continente.

Sin embargo, no todo es falso en los alegatos de Vargas Llosa. El autor de *Cien Años de Soledad* es otro de quienes adoptaron la ideología socialista sin conciencia crítica.

EL PREMIO NÓBEL COLOMBIANO, ALIADO DE PRESIDENTES, DICTADORES Y ACTIVISTAS DE LAS TENDENCIAS MÁS OPUESTAS, COMO LOS ALCALDES DE SUS NOVELAS, SUCUMBIÓ A LA NOSTALGIA Y LA DESESPERANZA, Y SE SUMIÓ EN LA APATÍA.

FOTO:
 El gobierno de Fidel Castro exterminó e intimidó a toda una generación de escritores entre los años sesentas y noventas.



Prueba de ello es lo ocurrido en 1971: su amigo íntimo, Fidel Castro, detuvo, torturó y sometió a un juicio absurdo al poeta Heberto Padilla. La reacción de García Márquez quedará para la historia: permaneció en silencio y continuó estrechando en sus brazos al dictador de la isla.

Padilla no había cometido ningún crimen diferente al de ser un artista independiente a la burocracia literaria de Castro. Su delito fue ser el creador más prestigioso entre los disidentes. El dictador cubano quiso, a través de su humillación pública en un juicio televisado, enviar un mensaje a todas las conciencias libres de la isla.

La policía de Cuba intimidó y torturó a Padilla, quien, como deseaba la dictadura, se desplomó moralmente ante la opresión. García Márquez conservó silencio y no movió un dedo contra esa acción injusta. Como tampoco protestó contra los discursos en los que su gran amigo calificaba de "basura" y "escoria" a los exiliados del Puerto de Mariel, en 1980.

Ante la historia

No hay duda de que Gabriel García Márquez es uno de los más grandes escritores en la historia de la literatura, no sólo latinoamericana, sino universal. Pero así como su prestigio literario es indudable, también lo es la integridad de su conciencia política.

Una de las figuras en las que Fidel Castro se apoya para mantener una imagen de estadista ilustrado y humano es el autor de *El Otoño del Patriarca*. Por esa razón, es sorprendente cómo el novelista colombiano no se inmuta en recibir los elogios y las invitaciones más cordiales del ex-presidente norteamericano Bill Clinton.

Más inaudito aun es descubrir que los medios explotan la figura de Márquez como embajador de Colombia, precisamente porque recibe, sin inmutarse, los elogios de dos hombres con responsabilidades históricamente importantes.

¿Qué dijo el prosista más laureado del país sobre el papel de su admirador estadounidense, cuando la OTAN bombardeó Kosovo en 1999, supuestamente para pacificar un conflicto étnico? El mundo ve a García Márquez con los brazos tendidos hacia Clinton, el presidente que aprobó e impulsó una ofensiva contra Slobodan Milosevic y cuyo

precio fue finalmente pagado con la muerte de cinco mil civiles muertos.

Se cumplen sus ochenta años y toda la atención de la nación se dirige hacia él y en este momento de la historia colombiana no tiene problemas en ver cómo sus honores son sólo otra forma de aligerar la agenda mediática. Mientras la mayoría de los medios continúan adheridos al gobierno y se fortalece una Colombia ultra-conservadora, en el sentido político y ético de la palabra, Márquez aparece ante las cámaras sin pronunciarse.

He aquí lo que sostuvo la revista *Semana* al respecto, en su edición del 14 de marzo de 2007. "García Márquez, a sus 80 años, asume que puede darles una mano a los 'hijos de Camilo' y por supuesto, cuenta con el beneplácito del presidente Uribe, que siente por Gabo, como lo han sentido los Presidentes de Colombia —con excepción de Julio César Turbay— amistad y respeto por el colombiano más reconocido en el mundo".

A 'Gabo', no le inmuta que a la oposición nacional, conformada por copartidarios de la que, parece es su ideología, ese mismo presidente, que lo llama su amigo, los deslegitime al señalarlos de terroristas.

Esta condición de árbitro entre las tendencias políticas confirma un hecho: pocas veces en la historia de

la literatura moderna, un creador ha sido aliado de tantos presidentes, dictadores y activistas de las más opuestas tendencias.

A diferencia de Sartre, Gore Vidal o Harold Pinter, la voz de Gabo no pesa sobre la conciencia de su nación. Quien escribiera, con la elocuencia y la genialidad literaria en él innegables, sobre la marginalidad de Latinoamérica y los horrores de la amenaza nuclear, es mostrado por el periodismo como un símbolo faldónico de Colombia.

García Márquez dijo ser el Vargas Vila de su época. Nada más falso. El autor de *Los Divinos* y *Los Humanos* nunca dejó de criticar la hegemonía conservadora hasta su muerte, jamás estrechó la mano de los gobernantes que azoló con su pluma. Ateo y antiderical, no besó, como lo dice una famosa anécdota, el anillo del papá Leon XIII cuando lo tuvo enfrente, afirmando que no se arrodillaba ante ningún mortal.

Eso es arárdar. Lo contrario a Márquez que, en sus ochenta años, aparece rodeado de Álvaro Uribe Vélez, Bill Clinton, el Rey de España y habla a los medios de su amigo Fidel Castro. Esas escenas recuerdan los tiempos en los que los sabios debían hincarse ante terribles monarcas.

Peor ese servilismo moderno, pues Gabo lo hace por voluntad propia.



FOTO:
A pesar de sus vínculos con Cuba, Gabriel García Márquez recibe aplausos y la amistad del ex-presidente Bill Clinton.

ESTA CREENCIA NO ES NUEVA NI ESTÁ DE MODA. EN CALI NI EN EL MUNDO: VIENE DESDE LOS TIBWOS DEL ARCA DE NOÉ Y TIENE MILLONES DE SEGUIDORES EN TODOS LOS PAÍSES.

RASTAFARI, ¿UN MOVIMIENTO RELIGIOSO O UN ESTILO DE VIDA?

“DIOS ES RASTAFARI”

POR CRISTIAN BARBAGÁN
ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

“Dios es Rastafari”, dice Hermes Hinjosa, un rastafari que ha vivido en el Parque de las Banderas por más de tres años. Nació en New York y tiene como misión “informar a cualquier indicación, para que les dé alguna información, para que yo les entregue más formas de vivir a la gente”.

EL RASTAFARISMO DEBE SU NOMBRE A RAS (PRÍNCIPE) TAFARI MAKONNEN, CUYA CORONACIÓN COMO EL EMPERADOR HAILE SELASSIE DE ETIOPIA, FUE VISTA COMO LA CULMINACIÓN DE LA PROFECÍA DE MARCUS GARVEY.

Júpiter, como también lo llaman sus compañeros rastas, es una persona paciente. Sus trenzas, que le llegan hasta la mitad de la cintura, descansan sobre una piedra sintiendo pasar los carros, la energía y la vibración de la gente. Afirma que su cultura viene de descendencia Israélí, que es milenaria y que en Colombia hay muchos de ellos, la mayoría están en Buenaventura, Bogotá y San Andrés.

El león de Judah

Aunque esta cultura es nueva para muchas personas, quienes piensan que es una moda contemporánea se equivocan porque los rastas vienen desde la época del arca de Noé. Es así como se caracteriza como una cultura milenaria con una serie de rituales y creencias válidas a los ojos de sus creyentes.

Esta cultura se inició en África, pero se consolidó en Jamaica en los comienzos de los años 30 a partir de profecías bíblicas sobre la divinidad de Haile Selassie (1892-1975), último emperador de Etiopía.

Los rastas creen que Jah, forma abreviada del nombre de Dios, en idioma Hebreo Jehová, ha tenido tres encarnaciones: Melquisedec, Jesucristo, y finalmente Haile Selassie, siendo cada uno de ellos un salvador, ya que dieron su vida por la dignidad del pueblo sometido a un imperio.

Es así como los seguidores creen que la última encarnación de Jah permanece como un mesías viviente que llevará a las gentes del mundo de ascendencia africana a una tierra

prometida llena de emancipación y justicia divina llamada Zion.

Hay dos tipos de ceremonias religiosas rastafari. La primera es un Razonamiento, evento en el que los rastas se reúnen, fuman cannabis y discuten cuestiones religiosas y sociales. La persona con el honor de encender la hierba da una corta oración antes de hacerlo, y la pipa es siempre pasada en el sentido contrario a las agujas del reloj; y la segunda es un Bingham o Groundation, fiesta que se caracteriza por las frecuentes danzas, canciones, festejos. El fumar ganja puede durar varios días.

Dentro de las costumbres típicas de esta cultura se encuentra el profundo respeto hacia la naturaleza, es por eso que su alimentación gira entorno a ella y rechazan los productos intervenidos químicamente por babilonio o el mundo Occidental. Esta práctica también se puede observar en su forma de vestir, la cual va desde accesorios como collares, aretes y manillas hechas con productos de la naturaleza, hasta sus vestimentas donde solo importa su comodidad.



FOTO:
Se comen enoran 26 años de muerte del cantante Bob Marley quien con su música dio a conocer al mundo entero la Cultura Rastafari.



Aunque los rastas utilizan Dreadlocks, trenzas que simbolizan la rebelión en contra de Babilonia, representando la manera natural de llevar el pelo, y escuchan reggae, Andrés Felipe Campo, estudiante de Diseño Gráfico en la UAO, dice que no es sólo eso: "el Rastafari es un estilo de vida y no es una moda. Los que tienen las trenzas y se visten de los colores de la bandera de Jamaica no siempre son rastas".

Cali, ciudad rasta

Las llamadas 'tribus urbanas' hacen parte de la cotidianidad de las ciudades como Cali, pero los rastas no son una de estas. Es una cultura que busca que se respeten sus costumbres y creencias y no se den juicios de valor solo por su apariencia. Esta ciudad ha recibido por muchos años a estos personajes pero es poco lo que se conoce de ellos.

Entre los cambios que tiene la ciudad en su estructura urbana y la creación de nuevos espacios de convergencia, es preciso preguntarse sobre qué espacios frecuentan los rastafari y cómo se transforma la ciudad frente a sus creencias?. Alex Osonio o 'Cenizo', Rasta que vende artesanías en el puente al frente de la UAO, dice que "son pocos los espacios que existen para reunirnos, algunos son mi casa, la Universidad del Valle o un bar de música reggae ubicado en la sexta, Legend".

Pero aunque parecen pocos los sitios de encuentro, 'Cenizo' es consciente que primero es la esencia y

después la forma, es decir que para que haya lugares en donde se puedan reunir y dar a conocer su cultura a las nuevas generaciones, es necesario como primer paso organizarse y mostrarse en Cali como una comunidad que exige reconocer sus derechos contemplados en la Constitución (Artículo 7: El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana) y en la Declaración de Los Derechos Humanos.

Aunque la Constitución Política de Colombia y la Declaración Universal de los Derechos Humanos respaldan las culturas de todo el mundo y respetan sus costumbres, es común ver todavía la prohibición por parte de las autoridades al consumo de sustancias como la marihuana en culturas que las utilizan como medicina o cualquier otro fin.

El cannabis o marihuana es la hierba sagrada del conocimiento para los rastafari. La utilizan porque además de ser sagrada, ayuda para meditar y reflexionar de una manera más profunda, no lo hacen en ningún momento por placer propio, sino en una búsqueda espiritual.

Según el antropólogo Carlos Martínez, "esta hierba es utilizada por los rastafaris en forma de búsqueda espiritual. Por lo tanto como en los indígenas, los Estados Nacionales deben reconocer estas prácticas, al igual que los médicos indígenas se les permita practicar su medicina."

Legend

En Cali hay un sitio que se viste todos los días de verde representando la vegetación de Etiopía; dorado, como la prosperidad y riqueza de África; rojo simbolizando la sangre de los mártires; y con el león de Judah, que representa a su Dios, Haile Selassie. Este espacio se llama "Legend" y es el único lugar de la ciudad donde los Rastafaris pueden disfrutar y escuchar reggae 'nítido'.

Aunque la ciudad no ha desarrollado del todo espacios variados para la cultura rasta y aún el racismo vive en medio de una ciudad que concentra la tercera parte de la población afro del País, según el Centro de Estudios de Justicia de las Américas, es cada vez más visible la aceptación de nuevos estilos de vida o culturas dentro de la monótona vida urbana. Es así como poco a poco los rastafari van exigiendo su espacio en una ciudad pluricultural.

VOCABULARIO RASTAFARI

BABILONIA: EL PATRIARCADO BLANCO QUE HA ESTADO OPRIMIENDO A LA RAZA NEGRA DURANTE SIGLOS.

I AND I: 'YO Y YO' SIGNIFICA QUE DIOS ESTÁ EN TODOS LOS HOMBRES.

I-TAL FOOD: COMIDA QUE NO HA TENIDO CONTACTO CON LOS PRODUCTOS QUÍMICOS MODERNOS, CAFÉ, LECHE, REFRESCOS Y LICORES SON CONSIDERADOS COMO NO I-TAL.

DOWNPRESSION: REEMPLAZA A OPRISION (OPRESIÓN).

IRIE: SON LOS SENTIMIENTOS O EMOCIONES POSITIVOS.

OVERSTANDING: REEMPLAZA A UNDERSTANDING (COMPRENSIÓN).

ZION: SE REFIERE TANTO A ETIOPÍA COMO AL CONTINENTE AFRICANO.

KARAMAWI: ES LA MÁS ALTA ALABANZA A DIOS.

INI: SE REFIERE A LA PAZ QUE LLEVA EL RASTA CON LA NATURALEZA Y LOS SERES VIVIENTES, PUES DIOS (JAH) HA CREADO A TODOS Y NADIE DEBE ABUSAR DE LOS DEMÁS, POR ESO EL RASTAFARIANO RESPETA Y AMA A LA NATURALEZA DE JAH.



FOTO:
'Cenizo', considerado una de los precursores de la Cultura Rasta en la ciudad de Cali.

PESE A QUE LA POLICÍA JUDICIAL REALIZA CONSTANTES ALLANAMIENTOS Y OPERATIVOS, LA VENTA DE DISCOS PIRATAS SE EXPANDE POR TODA LA CIUDAD.

JUEGOS DE VIDEO CON ACTIVIDAD FÍSICA

Piratas: ingenios del rebusque

POR BETTY GONZÁLEZ
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

En el centro Cali, sobre todo por la calle 14, es casi imposible transitar, ya sea caminando o dentro de un vehículo, pues las calles se encuentran invadidas de un sinnúmero de vendedores ambulantes que ofrecen artículos rebajados.

Pero lo curioso no es precisamente lo barato de los artículos, sino que sobre la calle 14 entre carrera octava y séptima, se aglutina el mayor número de vendedores ambulantes de discos y DVD's piratas.

La explicación a lo anterior es que en uno de los pasajes comerciales ubicados en este sector, existía una cacharrería. El local se encontraba en el fondo del primer piso de la edificación, y en las bodegas de éste se podían observar cajas llenas de CD's. Algunas personas llegaban allí, pasaban un listado de canciones y a la media hora volvían y adquirían por tan sólo 700 pesos, cada CD pirata, para luego venderlos a \$2000.

"Cualquier persona no puede llegar a comprar ahí, debe ser conocido del dueño, porque van a creer que es alguien de la policía", señala Wilmer Rivera, comerciante de música pirata.

Era evidente que en este lugar se distribuía música pirata, y la "cacharrería" era la fachada para no ser descubiertos por la policía.

"Yo solo le muestro el sitio, pero no podemos entrar, porque hace una semana llegó la policía y se llevó como 2000 discos. Así que eso está muy caliente, pensarán que usted es de la policía; como será que tienen hasta dos vigilantes a la entrada", comenta Wilmer, mientras nos dirigíamos al lugar. Y efectivamente, entramos al pasaje comercial y nos dirigimos hacia el fondo, pero ya no había ningún almacén de cacharrería. Lo que había era un señor sentado, con aspecto de vigilante, Wilmer lo saludó y siguió hasta el fondo.

El negocio es tan bueno que muchas personas encuentran en él la manera de subsistir. Damián, por ejemplo, es un señor que vende los discos en la calle 14 con 8va. El comentaba que en un día malo, le quedan libres 30 mil pesos, lo que significa que al mes se está dando un sueldo de casi 700 mil pesos como mínimo. No tiene que pagar local, ni empleados, ni ningún tipo de impuestos, lo que les es favorable para el sostenimiento de sus cuatros hijos.

Piratas somos todos

Piratas podrían denominarse todas aquellas personas que copian un disco original y luego lo distribuyen entre los amigos y conocidos, o cuando se baja canciones y películas por Internet sin necesidad de haber pagado por ello. Pero esta acción no está vista por la ley como un

delito, éste se comete sólo cuando se piratea para el uso comercial y no el uso doméstico.

La ley penal de violación a los derechos de autor y conexos entró en funcionamiento con la constitución de 1991. Antes la piratería se veía como una contravención según el artículo 44 de las contravenciones especiales de la Policía hasta el año 1991, lo que significaba que la piratería no estaba vista como un delito lo cual no era encarcelable. Después de aportar muchas pruebas acerca de que efectivamente se estaba violando los derechos de autor, la piratería pasó a figurar como delito.

CUANDO SE FALSIFICA CON FINES LUCRATIVOS, LAS PERSONAS QUE VIOLAN LA LEY ENTRAN EN UN PROCESO JUDICIAL Y PUEDE PAGAR DE 4 A 8 AÑOS DE CÁRCEL, Y TENDRÁN UNA MULTA DESDE 20 HASTA 1000 SALARIOS MÍNIMOS, SEGÚN EL ARTÍCULO 271 DEL CÓDIGO PENAL.

Sin embargo, mientras la Policía haga investigaciones y operativos contra de los piratas, en el mercado habrá tanta demanda de discos falsificados que los distribuidores hayarán otra forma de comercializarlos.

Además, la tecnología brinda el acceso a producciones artísticas, facilitando obtenerlas por la Web con programas especializados. Siendo esto desfavorable para la industria.



FOTO:

La piratería es, para varias industrias, un dolor de cabeza cuya cura depende de la agilidad de las autoridades policiales.

POR DANIELA VARGAS
JUAN CARLOS TOLOZA
ESTUDIANTES COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

Diseñadores buscan la acreditación

En el mes de Junio el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica empezará su proceso para ser acreditado por su excelencia académica, lo cual traerá grandes beneficios a los estudiantes de esa carrera, pues tendrán plena garantía de que están inscritos en el primer programa de diseño gráfico acreditado del suroccidente colombiano.

El proceso de acreditación es un proceso de aseguramiento de la calidad ante el Ministerio de Educación Nacional en el que las universidades se han involucrado y se les exige garantizar una formación integral, que permita desempeñarse al futuro profesional con altos niveles de competencias en su campo laboral.

Inicialmente hay un autoanálisis, para empezar la acreditación. Se envían documentos al Ministerio de Educación. Luego viene una fase de planes de mejoramiento y acciones inmediatas para la visita académica y finalmente, los delegados confirman que la información suministrada sea veraz y deciden si el programa académico es acreditado o no.

Saber virtual para todos

En la Universidad Autónoma de Occidente se está implementando un proyecto llamado "Biblioteca Digital", que tiene dos objetivos principales. El primero es conseguir que la producción intelectual de los integrantes de la UAO sea recopilada y preservada. El segundo, es permitir que dicho patrimonio esté al alcance de todos los estudiantes autónomos.

Este proyecto hace parte del Departamento de Investigaciones de la Autónoma y se está desarrollando en conjunto con la Biblioteca y con la parte Editorial de la Universidad, para que el nuevo conocimiento y las grandes producciones culturales, audiovisuales y científicas puedan estar al alcance de todos los que pertenecen a la institución. Con esto se espera que la información alcance cierta libertad en su acceso y que su expansión sea de manera masiva, respetando los derechos de autor.

Tiempo real: no hay quinto malo

El programa producido por la UAO, Tiempo Real (TR), presenta varios cambios para dar inicio a su quinta temporada. El primero, la sustitución de Maleja por Felipe Guevara, quien presenta junto a Laura Pérez.

El segundo es la inclusión de un especial mensual, tratando temas más profundos y en distintos géneros audiovisuales como la crónica, el reportaje y el informe especial. Todo esto sin salirse de la línea temática que ha caracterizado a TR: los temas de la familia, el amor, la identidad, el sexo y la actualidad.

En esta temporada TR trabaja con nueva tecnología. Graban con cámaras de cine de High Definition (HD), permitiéndoles mejor calidad de imagen. También cambió su horario de emisión (ver recuadro).

PROGRAMACIÓN DE JUNIO:

- 4. GANAR O PERDER EL AÑO.
- 11. SERVICIO MILITAR OBLIGATORIO.
- 18. DÍA DEL PADRE.
- 25. PROGRAMA ESPECIAL:
CONSERVACIÓN AMBIENTAL.



Todas estas transformaciones son realizadas pensando en brindar un espacio de opinión abierta, en el cual se traten las temáticas juveniles desde su propio discurso, pero manteniendo siempre una excelente calidad. Así lo reafirma Claudia Lorena González, Productora de TR: "La idea es apostarle a un programa que se enfoque más hacia lo cultural, tratando de enriquecer el perfil juvenil de la región".

HORARIO DE EMISIÓN:

MIÉRCOLES 3:30 - 4:00 P.M. POR TELEPACÍFICO.
VIERNES 5:00 P.M.
POR EL CANAL UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE.

A estrenar salones

Se acabaron las obras en aulas dos luego de casi seis meses de construcciones que permitieron la adecuación de cuatro aulas más, solucionando una filtración de agua que se estaba presentando en la terraza de este edificio.

Para el ingeniero Carlos Borrero del departamento de Planta Física de la UAO, estas construcciones no solamente lograron solucionar el problema de humedad sino que también permitieron ampliar la plataforma para cuatro salones que

recibirán a 120 estudiantes. Se espera que para el próximo semestre ya se estén estrenando estos espacios. En este momento se están haciendo las tareas de acabado.

La construcción conserva muchas de las características de los demás salones, sin embargo, una de las cosas que se modificaron fueron las ventanas, con unas características especiales que les permiten a los estudiantes que se sientan cerca de ellas estar más cómodos y seguros. A pesar de las pequeñas modificaciones, las obras siguen conservando la identidad arquitectónica de la UAO.



FOTO:
Aspecto del edificio de Aulas 2 al término de las intervenciones arquitectónicas.

FENÓMENO MUSICAL QUE HA TRASCENDIDO FRONTERAS EN LAS ÚLTIMAS CUATRO DÉCADAS. LA HISTORIA Y LOS PROCESOS DE UN GÉNERO, QUE DESDE SU ESTÉTICA E IDEOLOGÍA, ES DESCONOCIDO Y TEMIDO POR LA SOCIEDAD.

JÓVENES CALEÑOS Y FANÁTICOS TRADICIONALES MANTIENEN VIVA SU AFICIÓN AL ROCK METAL

Pasión inoxidable

POR JAVIER BARRERA
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

Algo extraño sucedía en la terminal de transportes de Cali el pasado mes de febrero. Los habituales viajeros estaban un poco sorprendidos, algunos quizás, un tanto inquietos. Por lo menos dos centenares de jóvenes con ropajes negros y cabello largo, inundaban el segundo y tercer piso del recinto. Esperaban por un cupo a Bogotá; un cupo que los iba a llevar a uno de los más grandes eventos musicales organizados en Colombia, el concierto de la legendaria banda británica de Heavy Metal, Iron Maiden.

Con este evento se pagó una deuda pendiente con el público metalero colombiano; ya otras habían sido saldadas previamente, como Metallica en 1998 y Megadeth en 1999. Ambas en la capital del país.

Pero para las personas situadas fuera del medio rockero, estos nombres no les dicen absolutamente nada. Las melodías del Metal, resonantes y atronadoras, son catalogadas como 'música de locos', o incluso como 'música satánica'.

En realidad, el asunto es mucho más complejo; el Metal no es más que el resultado de un engranaje musical.

La 'Estética de lo Macabro'

Para Jesús 'Chucho' Claros, de 35 años y propietario de la tienda especializada Trauma, un serio problema que afronta el medio rockero, es el encasillamiento de los géneros. Las etiquetas, son tomadas por la industria, quien las explota hasta agotarlas. Las etiquetas (Black, Death, Trash, Doom, etc.) vendrían siendo, en últimas, una estrategia de mercadeo para clasificar y vender.

Además, desde los tiempos de Black Sabbath y Led Zeppelin, el Rock ha cargado sobre sí todo el azaroso peso del demonio. En realidad, el culto a Satanás no está ligado al Rock Metal. "Es un mal estigma que se le ha dado a la música y que nos ha dejado muy mal parados", se lamenta Cuevas. Sin embargo la relación está ahí, latente. Para Marín, el cuento comenzó en 1965, con el famoso disco Sympathy for the Devil, de los Rolling Stones. Chucho Claros habla de una 'estética de lo macabro', propia del género; para él "las letras de las bandas son eso, letras, y las portadas, son eso, portadas, de ahí a lo que la gente crea habrá que ir a preguntarles".

Según Mauricio Cuevas, conductor del programa radial especializado Lágrimas de Acero (Ver recuadro), al margen del merchandising que genera lo prohibido, "la música se ha encargado de materializar a través de ciertos íconos, los mensajes que quiere dar; para nadie es un secreto que vamos hacia una autodestrucción total y los jóvenes se expresan con relación a eso". La adopción de la figura maligna es más una respuesta simbólica frente a lo establecido; un acto político extremo frente a lo sagrado. No en vano "el rock ha cumplido vitalmente, lo que no otras tendencias musicales, un papel como de banda sonora de muchos procesos sociales", concluye Cuevas.

Heavy Metal:

Del Rock and Roll al Hard Rock

Según Cuevas, para buscar los orígenes del género habría que retroceder hasta el año 1954, cuando algunos señalaron la canción That's all right, de Elvis Presley, como la primera pieza de rock.

Sin embargo, las raíces de este género musical son tan negras como la piel de Chuck Berry. Para Álvaro Marín, el veterano rockero, la influencia africana es innegable. Bajo la luminaria negra del Blues y el Rhythm and Blues, la senda habría de continuar en los años



60, con The Beatles y The Rolling Stones entre los más famosos.

Pero las cosas cambian en los años 70, cuando el Rock and Roll muta a Hard Rock, de la mano de tres joyas inglesas: Led Zeppelin, Deep Purple y Black Sabbath. El áspero virtuosismo del Hard es el referente musical que inspiró el surgimiento del Heavy Metal en esa misma década. Primero fueron íconos como Judas Priest y Motorhead, luego llegaría, a finales del decenio, esa gran explosión musical conocida como New Wave of British Heavy Metal, que arroja bandas tan disímiles como Venom y Iron Maiden; entonces la cosa fue tomando otros matices. Sin embargo, hay una historia paralela.

Para Jesús Claros, dueño de Trauma Discotienda, la irrupción del Punk fue clave en esta evolución. Desde su aparición, el Punk siempre ha sido marginal: "sin solos de guitarra, con letras mucho más callejeras, y una estética y actitud mucho más contestataria hacia la sociedad". También asegura que "el punk es el hijo maldito del rock". Pero paralelo a la 'patada' del Punk, el Glam ochentero, influenciado por Kiss, Sweet y David Bowie, era, según Cuevas, "el lado femenino, el lado romántico del rock, ante tanta ferocidad".

Pero es el Heavy Metal quien habrá de desencadenar la fiebre metalera alrededor del mundo. En palabras de Cuevas, "el Heavy es esa segunda coyuntura que en los años 80 da origen a otras tendencias musicales como el Speed Metal, el Trash Metal,

Death Metal, Black Metal". Son sonidos mucho más agresivos, más frágidos, con baterías frenéticas y voces guturales y desgarradas. "Lo que sucedía era que siempre tenían la idea de hacer una cosa más pesada, porque de un momento a otro las bandas comienzan a sonar suaves y se busca algo diferente", afirma Chucho Claros.

Surge así una vasta acogida global que no resulta ajena a nuestra ciudad. La 'sucursal del cielo' le abrió sus puertas a grandes exponentes del Metal como Destruction, Cannibal Corpse, Desaster, Helloween, Dark Funeral entre otros. Algo muy distinto a lo que ocurre en Bogotá, bastión del Metal en Colombia y cuna de los grandes eventos musicales; los fanáticos caleños deben desplazarse hacia la capital cada vez que la ocasión lo requiera, si su billetera se los permite, claro está. Depende, también, de las segmentadas preferencias musicales.

Cali: vieja y nueva estirpe

Ante este panorama histórico tan rico, los cambios son evidentes, y las colisiones se antojan irremediables. Hermes Franco, vallecaucano de 46 años y roquero desde los 13, vive metido en Eddies Bar, su negocio hace 10 años. Desde allí se propone "poner cositas que le pueden educar el oído" a esos apasionados muchachos, con quienes ya ha tenido problemas por ciertas conductas agresivas. "En los 80 había como más fraternidad, los rockeros éramos como más leales, más amigos. Ahora no, es como muy

moda, hay gente que cree que porque tiene una camiseta o el cabello largo va a venir a descrestar".

Pero el problema del Rock Metal en Cali no pasa por un choque generacional. "Aquí en Cali nos falta mucho", asegura Cuevas.

"Desafortunadamente Cali es una ciudad rumbera y eso nos afecta mucho", afirma Hermes Franco, quien vive de su negocio. "Yo no sé los fines de semana los rockeros qué se hacen, qué prácticas de consumo tienen...los bares se cierran, a los conciertos no asisten, no entiendo cuál es la lógica de la gente", se queja Cuevas.

En realidad, la 'escena' en Cali no se caracteriza precisamente por su carácter masivo, ni por su actividad permanente: Cali no posee una cultura rockera comparandola con otras capitales como Medellín o Pereira que sí lo son.

La esencia, sin embargo, se mantiene. "Ser roquero no es vestirse de negro o adquirir una personalidad, es darle sentido a la vida misma desde una visión de que la música me aporta y me da mucho para existir", sentencia Mauricio Cuevas, conductor del espacio radial Lágrimas de Acero.

PARA FANÁTICOS...

- LÁGRIMAS DE ACERO SE EMITE LOS DOMINGOS DE NUEVE A DOCE DE LA NOCHE, POR JAVERIANA STEREO, EN EL DIAL 107.5 DEL FM.
- EL ALMACÉN TODOROCK Y TRAUMA DISCOTIENDA ESTÁN UBICADOS EN LA AV 6N # 16N-21. CENTRO VERSALLES.



FOTO:
Panorama de los asistentes al concierto de Iron Maiden en Bogotá a principios de este año.

MUROS, PUENTES, PUBLICIDAD, SEÑALES DE TRÁNSITO Y AEROSOL SON LOS ESPACIOS Y LOS INSTRUMENTOS DE COMUNICACION LAS PERSONAS INCONFORMES CON EL SISTEMA.

GRAFFITI, VOZ DE LOS INVISIBLES

Pasoancho: mural de libre expresión

POR ANDRÉS GARCÍA
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL UNIVALLE

Cali sufre de la curiosa proliferación de graffitis en temporadas especiales del año. Estos textos alocados o serios, coloridos o pálidos, acompañados de ilustraciones o no, aparecen en mayor número durante épocas electorales, jornadas de protestas y visitas de barras bravas, entre otras.

La calle 13, o mejor conocida como la Pasoancho, se ha convertido en un inmenso muro de libre expresión, que es utilizado por diferentes personas para manifestar sus ideas y sentimientos desde el anonimato, y poder dejar su perdurable huella en el tiempo y el espacio.

Para conocer ampliamente esta temática y ver la variedad de graffitis que hay en la ciudad, decidí hacer un recorrido a pie desde el puente vehicular de la carrera 80 hasta la carrera 56 o Guadalupe.

Al llegar al puente, no sólo encontré una fuente de sombra que me resguardo de los fuertes rayos de sol de la tarde, sino que hallé una realidad totalmente diferente, que solo es perceptible caminando.

Me topé con un oasis en medio de Cali, no porque tuviera agua y vegetación sino por su aliviante sombra y por la enorme cantidad de arena que, sin justificación, se encuentra tirada en el andén. Arena que al ser pisada produce la sensación de estar en un desierto y no en una ciudad moderna.

Las columnas del puente se han transformado en gigantes lienzos editoriales, en los que personas anónimas, pero con un estilo reconocible, ponen a la luz pública sus inconformidades a través de mensajes de protesta (graffitis) en su mayoría políticos o ilustraciones realizadas con aerosol a través de una plantilla (stencils).

Como prueba de lo anterior, en las anchas columnas de concreto de este paso elevado, se encuentran plasmados distintos stencils de agentes del ESMAD, como forma de protesta ante la muerte del estudiante de Univalle, Jhony Silva; hombres armados con cuerpos de rata, que representan la corrupción del país y armas, como un no a la guerra. A estos stencils se les suma graffitis a favor de la anarquía, la libertad, y otros en contra del nazismo, la muerte y el hambre.

Además, el puente reúne la esencia de algunos grupos juveniles que convierten este espacio público en privado, al marcarlo con graffitis y stencils como, "Feministas en Marcha", "Univalle presente", "Rude Boys" y "FRV".

Después de observar por un buen rato el puente de la carrera 80 decidí tomar marcha abajo y dirigirme sobre la Pasoancho hacia el barrio Primero de Mayo. El incesante sol seguía como mi único compañero y a medida en que avanzaba, me iba encontrando con variados graffitis y stencils en las paredes de distintos locales comerciales, casas de familia y unidades residenciales.

TODOS ELLOS TENIAN UN FUERTE POLITICO, EN EL QUE SUS AUTORES SE ENCUENTRAN EN DESACUERDO CON EL GOBIERNO DE URIBE Y LO MANIFIESTAN CON EXPRESIONES COMO "PUEBLO BERRACO NO REELIGE PARACO", "URIBE ASESINO", "ICUIDADO, TERRORISMO DE ESTADO!", "COCA-COLA ASESINA", "POR NUESTROS MUERTOS NI UN PASO ATRAS", ACOMPAÑADOS A SU VEZ CON EL LOGO DE UNIVALLE.

Al ver todos estos graffitis recordé algunos hechos en los que el gobierno y sus directrices han quedado mal parados. Por ejemplo, cuando el grafitero escribe "Icuidado, terrorismo de Estado!", ¿no se referirá a los falsos positivos del honorable ejército de la república el pasado mes de julio en Bogotá?

En los que algunos militares inventaron atentados terroristas con carros bombas y ellos mismos



los desactivaron para ganar reconocimiento. Escándalo que fue silenciado con una pataleta y un discurso moralista del ministro de defensa, Juan Manuel Santos; que posterior a esto no volvió a ser tocado en los medios de comunicación, pero sí en las paredes de la Pasoancho.

¿O qué tal el abuso de poder del Presidente cuando en uno de sus famosos consejos comunales en Buenaventura mandó a detener a un funcionario público por supuesta corrupción? Se tomó atribuciones del poder judicial, cuando a él le corresponde únicamente el ejecutivo, ¿esto no es totalitarismo?

“Urbe asesino”. En ese instante a mi mente vino uno de los tantos discursos braveros del Presidente, en los que reitera el no al diálogo con las FARC y al intercambio humanitario, convirtiéndose de este modo en el ‘asesino’ de la esperanza de los familiares de personas secuestradas que llevan más de cinco años esperando por ver a sus familiares.

En la mitad del recorrido encontré una pared fascinante, que se encuentra al frente del Centro Comercial Limonar. Esta pared aparenta haber sido tirada a la basura, al ser utilizada como mural publicitario, pero fue rescatada por personas que le dieron un nuevo aspecto y uso con stencils y graffitis.

Esos personajes utilizaron publicidad vacía para crear nuevos mensajes con sentido y significado.

Por ejemplo, la publicidad de Recueros, un almacén que se dedica a comercializar productos de cuero, fue alterada y con ella misma crearon un nuevo mensaje en pro de los derechos de los animales.

Igualmente, la publicidad de Estelar Impresiones que utiliza la bandera

de Colombia como logo, fue usada por estos jóvenes para decir que el país no está en venta; como éstas, había más publicidad alterada por stencils y graffitis. De este modo, un espacio visualmente inservible, cobra una nueva función con las ideas anónimas de unos muchachos que las plasmaron con aerosol.

Después de analizar y contemplar por un buen rato aquella pared, mi caminata continuó hasta el barrio Primero de Mayo.

En todo ese recorrido me crucé con más graffitis en contra del gobierno y sus políticas.

En todo ese recorrido emergen decenas de graffitis y stencils, algunos repetitivos y sosos, pero otros reflexivos, creativos y profundos. Esa es la voz de personas que no tienen acceso a los medios de comunicación para poder dar a conocer sus ideas y perspectivas del mundo.

Son personas que se hacen sentir desde el anonimato, violando normas leves y en ocasiones hasta “pendejas”; son jóvenes incomprendidos como también inconformes, carentes de espacios para expresarse, ¿y son a esos jóvenes ansiosos, a los que suelen llamar vándalos?

Para hablar realmente de cultura ciudadana debemos ser tolerantes y aprender a escuchar las inconformidades de los demás.

Existen personas que están en contra de esta modalidad discursiva, bajo la doble moral o con argumentos jurídicos como la preservación del espacio público y la contaminación visual de la ciudad.

¿Quizas esas mismas personas se han observado su alrededor?, ¿Han visto la verdadera contaminación visual en la Pasoancho? ¿La presencia desmedida del comercio?

En mi recorrido de caza de graffitis, me llevé la triste sorpresa de observar que en cada poste eléctrico ubicado en esta calle, hay pegado por lo menos tres afiches de personas que ofrecen el servicio de “destapo cañerías sin romper”.

Cualquier observador que pase por esta calle y se encuentre cada quince pasos con estos afiches, pensará que Cali tiene un problema muy grande de manejo de aguas y que todos los días a sus ciudadanos tienen problemas de alcantarillado y deben llamar a un plomero a su rescate.

Pero la historia de los postes no queda ahí. Como resulta poca la contaminación visual que producen los afiches de destapamos cañerías, en estos mismos se encuentran pegados un gran número de afiches de conciertos y eventos de hace más de cinco meses.

Al mismo tiempo, la contaminación visual aumenta con el enorme número de vallas publicitarias de los locales comerciales ubicados sobre esta avenida. En un sólo local se pueden encontrar fácilmente por lo menos cuatro vallas publicitarias y lo peor de todo es que la mayoría de los locales y sus enormes carteles son contiguos, y generan una gran sensación de caos visual.

Mi recorrido terminó en el barrio Primero de Mayo con la seguridad de que a la hora de pensar la situación Cali, es necesario que dejemos todos nuestros prejuicios a un lado y que evaluemos concientemente cada uno de los aspectos que afectan a nuestra ciudad, pero en su contexto general.

Así, comparto la opinión con personas que prefieren un graffiti “bien jalado” en una esquina y no un mar de vallas publicitarias en el cielo de nuestra ciudad.



FOTO IZQ:
Las paredes de la ciudad son usadas para defender diversas causas.

FOTO CENTRO:
La mayoría de los niños son oriundos de Chocó, Nariño, Cauca y Neiva.

FOTO DER:
Entre juegos, risas y un gran ambiente conviven estos niños en la fundación.

DETERMINAR EL POTENCIAL PAISAJÍSTICO ARBÓREO MEDIANTE LO GRÁFICO-VISUAL, UN APORTE DISCIPLINAR DEL DISEÑO GRÁFICO DE LA UAO, A LA IMAGEN DE CIUDAD.

FOTO:
Uno de los Atractivos de la capital del Valle para los turistas es su biodiversidad.

PROYECTO DE VISIBILIZACIÓN URBANA PARA NUESTRA IDENTIDAD CULTURAL

Una ciudad por descubrir

POR RICARDO CASTRO RAMOS
MASTER EN HABITAD TROPICAL
DOCENTE - UAO

En el contexto del quehacer universitario, en la faceta académica, investigativa y de proyección social, donde también se abordan tópicos de interés público, de impacto en la comunidad autónoma, de la ciudad y de la región; se inscribe el Proyecto Ciudad Bosque que aborda el conocimiento y uso del lenguaje gráfico-visual, propio del diseñador gráfico en pro de la cualificación estética de los observadores del patrimonio arbóreo urbano de Cali.

Se habla de determinar el potencial paisajístico encontrado en espacios diferenciados llamados en el

proyecto "configuraciones verdes", que cuentan con un sinnúmero de árboles característicos y emblemáticos -muchos de gran tallaje- del hábitat del Valle del Cauca.

Pues a la par con el brote de civismo en torno a la propuesta de tala de muchos de los grandes árboles considerados en el trazado del megaproyecto MIO, ellos son de lo urbano precisamente, un diferencial semántico característico de la ciudad frente a otras del país.

Así, la academia sigue de cerca la realidad de su entorno desde el conocimiento de sus docentes en diseño gráfico y más exactamente el grupo de investigación Grafías Urbanas, que procura como

temáticas asociadas a su esencia, dar contexto a temas de la imagen de la ciudad y el medio ambiente, entre algunos otros.

Se esta ante la ponderación de parte significativa del potencial paisajístico de Cali y las posibilidades de uso, goce estético y valoración patrimonial del mismo, referido a concretas áreas verdes conectadas por rutas en dos grandes circuitos urbanos, uno al norte y otro al sur de la ciudad y que en el futuro próximo, brindan a los ciudadanos un referencial físico-espacial y socio-cultural que sumado a otras percepciones positivas sobre la ciudad de Cali, serán parte de la imagen integral de la misma.

Determinar el potencial paisajístico de Cali, es cuestión de los entes gubernamentales y administrativos, pero también de la academia y de las disciplinas que tengan como objeto de estudio la ciudad y/o de las que desde sus construcciones epistémicas propias, abordan objetos comunes a otras disciplinas, es el caso de diseño gráfico.

EL "ESPÍRITU DEL BOSQUE" NO SÓLO SE PIENSA COMO EL "DUENDE VERDE QUE OTEA", ES UN DETERMINANTE URBANO CON UN POSIBLE USO SOCIAL Y UN DIFERENCIAL SEMÁNTICO DE SANTIAGO DE CALI

El lenguaje bimedia utilizado por el diseño gráfico, permite la reestructuración de mensajes gráfico-visuales con intenciones comunicativas claras.

Esa conexión alude a la percepción y entendimiento individual que un observador tiene (lo visual) de lo que registra y esta dispuesto -las más de las veces- en un soporte bidimensional (lo gráfico). Como buena parte de la percepción y posterior re-presentación que tenemos del entorno, es mediada por la dimensión visual; son precisamente la relación imagen/texto de los mensajes comunicativos gráficos, los que en gran medida brindan dicho panorama en tanto conocimiento y re-conocimiento que obtenemos de los sujetos y objetos inscritos en la ciudad.



Con el aporte teórico de otras disciplinas como la geografía, la comunicación, la antropología, la arquitectura, etc., el grupo de investigación Grafías Urbanas de la carrera de Diseño gráfico, consolidó una propuesta teórica de reconocimiento, caracterización y determinación del “espíritu de los lugares” como también la posible instauración de un imaginario urbano en la memoria colectiva de la comunidad caleña.

La propuesta teórica tiene por nombre “Agnición estética inducida de las unidades físico-espaciales”, más exactamente de las configuraciones urbanas verdes, donde se destaca principalmente el patrimonio vivo tangible en tanto árboles característicos de Cali.

El proyecto de investigación pasa a su fase dos para aplicar la metodología a un espacio verde y encontrar el espíritu del lugar, lo que permitirá determinar el lenguaje gráfico-visual oportuno para diseñar posteriormente un sistema interactivo en línea (Web) en el cual se puede navegar y reconocer las particularidades de las diferentes configuraciones verdes y visitarlas virtualmente.

La gran fase siguiente, debe responder a implementar lo relacionado para dar cuenta de las visitas lúdico-didácticas reales de la comunidad u observadores individuales a las configuraciones verdes de Ciudad Bosque por medio de una guía dirigida, que en el transcurso del tiempo y a mediano plazo posicione el proyecto Ciudad Bosque como un imaginario social en Cali, la región y el país.

Es de adarar que el contexto del proyecto a mediano y largo plazo, generará múltiples iniciativas políticas y administrativas de índole privado y público; como gestiones e impactos en ámbitos como la ciudad emergente, sensible, lúdica, verde, autosostenible, city slow y city marketing; cambio de conciencia urbana y social al posibilitar un imaginario social nuevo y un distintivo de marca de ciudad; una nueva lectura de la imagen de ciudad que enfatiza su patrimonio cultural y su *genius loci* (espíritu del lugar), resultados a ser divulgados por las diversas estrategias comunicativas y la integración de gestiones a nivel ambiental, económico, patrimonial y socio-cultural.



FOTO ARRIVA:
La Ceiba de San Fernando, ocupa una de las esquinas al costado sur del actual Parque de Carulla. A su lado, un restaurante en donde los constructores “dejaron entrar una rama” al segundo piso de la edificación

FOTO ABAJO:
Sueño de Lyda Caldas de Borrero, arquitecta paisajista, quien demostró en una de las calles del Barrio El Lido, que era posible crear un bosque en la ciudad de Cali.

EL ATLETISMO SE CONSIDERA EL DEPORTE MÁS ANTIGUO. LA MEDIA MARATÓN DE CALI, UNA COMPETENCIA Y PRÁCTICA MILENARIA QUE CONVOCA A MILES DE PARTICIPANTES DE DIFERENTES CIUDADES Y PAÍSES.

DEPORTE, RECREACIÓN Y SALUD

En sus marcas, listos...¡fuera!

POR ANDRÉS GARCÍA
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

La Media Maratón de Cali inició en el año 2001, con la presencia activa de un grupo de profesionales en el deporte. "La maratón nace como un evento enmarcado en el espíritu deportivo de Cali, como un gran encuentro ciudadano", afirma Silvio López, director de la Asociación Maratón de Cali.

Esta es una asociación sin ánimo de lucro, que cuenta con el apoyo de diferentes organizaciones que hacen posible su desarrollo. El sector privado representa el ochenta por ciento de los aportes.

Poco a poco distintos estamentos oficiales se unieron a la actividad deportiva de indiscutible tradición en la ciudad, como por ejemplo la Secretaría de Deporte y Recreación del municipio.

Estilos de vida saludables, espacios de recreación y armonización del cuerpo y la mente, tienen lugar en este evento deportivo. La lucha contra el sedentarismo y modelos de alimentación que impidan un buen rendimiento físico, hacen parte de los objetivos del programa.

Pueden participar personas de todas las edades y género. No hay condición ni discapacidad física que limite la presencia en este evento. Tal es el caso de don Arseco Bonilla, un hombre invidente de 62 años

de edad, quien ha participado consecutivamente desde los inicios de la Media Maratón.

No es necesario ser un deportista profesional o ejercer una actividad relacionada con el deporte para hacer parte de la competencia. "Ese fue un reto que me tracé y logré llegar a una distancia larga", alude don Arseco, haciendo referencia a su marca: veintidós kilómetros en una hora con noventa y cinco minutos.

ESTA ACTIVIDAD, IMPLEMENTADA INICIALMENTE EN MEDELLÍN EN EL AÑO 1997 Y DOS AÑOS MÁS TARDE EN BOGOTÁ, BUSCA GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN LA SALUD PÚBLICA A TRAVÉS DE UN DEPORTE DE AMPLIA TRAYECTORIA Y GRAN IMPORTANCIA. "ES EL DEPORTE MÁS SENCILLO DE PRACTICAR, NO EN VANO SE LLAMA EL DEPORTE BASE O NATURAL", AGREGA SILVIO.

Historia de la maratón

Esta se remonta a la Grecia del año 490 A.C. aproximadamente.

Desde entonces los hombres recorrieron diferentes distancias con gran esfuerzo. En el año 1896, se celebró la primera olimpiada.

En esta carrera de resistencia los hombres tenían el control. En un principio solamente el género masculino podía participar de ésta. Entrando los setenta las mujeres incursionaron en este campo del deporte, como una muestra más de

su agilidad física y competitividad.

El atletismo es considerado como un deporte integral que puede ser practicada por cualquier persona. Su ejecución no exige el uso de una infraestructura especializada, por lo cual se conoce como una práctica que no genera un costo económico. Con un par de tenis y una zona verde adecuada es posible su práctica.

En Colombia la primera maratón oficial se llevó a cabo en 1968 en la ciudad de Bogotá, aunque en otros municipios se habían registrado algunas competencias. A partir de entonces, el ritmo deportivo del país ha sido incesante.

Tejido Social

La Media Maratón de Cali, además de incentivar la práctica deportiva a través del apoyo a nuevos talentos del atletismo, busca construir tejido social por medio de la participación de la ciudad, y en especial aquellos sectores menos favorecidos.

Este año más de dieciocho mil atletas arribarán a las calles y zonas adecuadas para la competencia.

Cali, como capital del deporte, ratifica una vez más su camino hacia procesos sociales que incluyen la salud y la recreación, como la base de ciudadanos activos que se apropian de los espacios de la ciudad. El próximo 1 de julio Cali vivirá la sexta versión del más importante evento deportivo en Suramérica.



FOTO:
Miles de personas se congregan alrededor del atletismo. FOTO Asociación Media Maratón de Cali

Perseverancia, el arma del guerrero

POR MARIA CAROLINA ESCOBAR
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UAO

Durante los años veinte Juzo Takeshima, profesor de la Universidad de Tokio (Japón), descubre la novela María de Jorge Isaacs. Maravillado ante los paisajes vallecaucanos descritos allí, decide traducir por entregas, en la revista de la misma Institución donde trabajaba, el contenido de esta obra, en una época en la que Japón estaba siendo azotado por guerras civiles.

Takeshima nunca imaginó que este descubrimiento cambiaría su vida y la de sus compatriotas, al iniciar la insistente búsqueda de las hermosas imágenes que la obra de Isaacs retrataba junto a un grupo de sus estudiantes, dando paso de esta manera a las migraciones japonesas que acaecieron en el Valle del Cauca en los años veinte y treinta.

Dicha migración es en la que se centra el largometraje "El Sueño del Paraíso", un filme dirigido por Carlos Palau, coproducido por la Universidad Autónoma de Occidente, con el apoyo de Hoteles Estelar, el Ingenio San Carlos, la Federación Nacional de Cafeteros, Concejo de Cali y la misma Embajada de Japón, e integrado asimismo por un grupo de producción de doce personas, entre los cuales se hallan estudiantes y egresados de la Facultad de Comunicación Social de la UAO.

Fue una verdadera odisea la que Palau tuvo que pasar antes de que su

sueño se hiciera realidad: "cerca de 10 años con el guión de la película bajo el brazo tocando una puerta y otra; el problema no era tocarlas, el problema es que todas se cerraban." expresó el director de la película en una conferencia dictada en la UAO.

Sin embargo, todo no podía ser en vano y de este modo decide presentar su propuesta, en compañía de su esposa Ángela Marken, en la UAO. La Institución Educativa deposita toda su confianza en el proyecto y facilita a Palau los equipos y personal para llevarla a cabo.

Es de esta manera como hace más de dos años empiezan con el rodaje de la película en diferentes municipios del Valle del Cauca donde, según Ana María Trujillo, "les demuestra que estas tierras son un verdadero paraíso" pero que además de eso el proyecto "le permitió realizar su práctica profesional en lo que siempre había soñado: una película".

Al igual que ella hubo tres personas más que realizaron su práctica profesional en el filme, como es el caso del camarógrafo Harold Becerra. Todos coinciden en que la experiencia fue un verdadero sueño.

"El Sueño del Paraíso" más que ser un sueño para los que intervinieron de manera directa con el filme, asimismo exaltará el gran aporte cultural que la colonia japonesa le brindó al Valle del cauca a su llegada, trayendo desde patrias lejanas sus conocimientos de agricultura y laborar la tierra.

DESPUÉS DE
TOCAR MUCHAS
PUERTAS,
CARLOS PALAU,
DIRECTOR DEL
LARGOMETRAJE
"EL SUEÑO
DEL PARAÍSO",
CUMPLIÓ SU
PROPIO SUEÑO

FICHA TÉCNICA Y ARTÍSTICA

DIRECTOR Y PRODUCTOR:
CARLOS A. PALAU
ASISTENTE DE DIRECTOR:
ANA MARÍA TRUJILLO
GUIÓN:
CARLOS A. PALAU
SANDRO ROMERO
GERENTE DE PRODUCCIÓN:
ÁNGELA MARKEN
FOTOGRAFÍA: JUAN CARLOS DÁVILA
CÁMARA: HAROLD BECERRA
DIRECTORA DE VESTUARIO:
XIMENA BENÍTEZ
SONIDO: HUGO BRAVO
COSTO DEL PROYECTO:
\$1.394.000.000 (US 606.000)
PRODUCTORA:
PRODUCTORA CINEMATOGRAFICA
CARLOS A. PALAU B
REPARTO:
JUYI MACHIDA, LUZ MARINA ARCOS,
JAIME RIASCOS, NAO SUZUKI,
MASAKI MACHIDA UJIKE, ANA LUCÍA
DOMÍNGUEZ, JUAN PABLO SHUK Y
CATALINA HOYOS LAGO.



FOTO IZQ:
La mayoría de los
niños son oriundos de
Chocó, Nariño, Cauca
y Neiva.

FOTO DER:
Entre juegos, risas
y un gran ambiente
conviven estos niños
en la fundación.

¿Qué pasa en Pance?

Con el ánimo de generar una visión positiva a través de la lente, donde se fusionen el estilo artístico de la fotografía junto con el carácter informativo-visual del periodismo, integrantes de Sala de Periodismo participarán en el taller de reportería gráfica orientado por el fotógrafo del diario El País de Cali, Jorge Orozco, en el marco del Primer Encuentro de Medios Impresos Universitarios realizado el mes pasado.

Aquí diversas miradas que abordan el sector del río Pance como su referente central.



Flora en el río Pance



Pance, orden público



El río se esta muriendo

FOTO 1:
Flora en el río Pance,
Andrea del Pilar
Barrera.
FOTO 2:
Pance orden público,
Javier Barrera.
FOTO 3:
El río se esta muriendo,
Juan Carlos Tolosa.



Contacto
Luis Fernando Ronderos
Director
lronderos@uao.edu.co
PBX 318 8000 Ext. 11510
334 8440 Ext. 24000

Facultad de Comunicación Social - Periodismo
Programa de Comunicación Social - Periodismo
Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica
Programa de Comunicación Publicitaria
Res. Sues 18342000(260011111),
18342000(260011111),
18342000(260011111)
Campus Valle del Lili Km. 2 vía a Jamundí
www.uao.edu.co

Centro Académico de Comunicación y Producción de Medios Servicios de comunicación integral

Agencia de Publicidad
Tienda de Campaña
Elaboración de estrategias y
campañas publicitarias.

Diseño y Programación
Laboratorios creativos para el diseño de
productos multimedia, desarrollos Web.
Animación en 2D y 3D
para diferentes aplicaciones.

Sala de Periodismo
Investigación y producción de
informes y documentos periodísticos
para prensa, radio, televisión y multimedia.

**Asesoría en comunicación estratégica
para las organizaciones**

Producción de televisión y videos institucionales

**Programas realizados por la Universidad
y transmitidos por el Canal Regional Telepánico**
Noticiero 90 Minutos, y Tiempo Real y El Neuródromo,
dirigidos a los jóvenes.

Servicios

- Producción en video digital (formatos DV/DCam y DVCPri)
- Postproducción de video digital (estaciones digitales Avid y Final Cut)
- Animación en 2D y 3D (estaciones Macintosh con Maya)
- Producción multimedia, proyectos Web y diseño gráfico.
- Producción sonido digital (estaciones Macintosh con Protools)

eficacommunicación

en colaboración con Avid

