



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

TEMA: Medios de Comunicación y el trabajo en la red
con herramientas Web 2.0

**Tesis de grado previa a la obtención del título de
Licenciado en Comunicación Social**

AUTOR: María Fernanda Wandemberg Mena

DIRECTORA: Ing. Alexandra González Egas

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO-ECUADOR

2009

CERTIFICACIÓN

Ing. Alexandra González

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Srta. María Fernanda Wandemberg Mena, sobre el tema: “Medios de Comunicación y el trabajo en la red con herramientas Web 2.0”, ha sido dirigido y revisado prolijamente, y cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, diciembre del 2009

Ing. Alexandra González
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Todos los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos vertidos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad de la autora.

Loja, diciembre del 2009

María Fernanda Wandemberg Mena
C.I 171497436-5

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, María Fernanda Wandemberg Mena declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja, que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

María Fernanda Wandemberg Mena

C.I.: 171497436-5

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida y la oportunidad para culminar otra etapa importante en mi vida.

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja, por permitirme realizar mi estudio profesional, a través de la Educación a Abierta y a Distancia, y a los medios de comunicación en estudio por su colaboración. De igual manera mi reconocimiento y gratitud a la Ing. Alexandra González, Directora del presente trabajo, por su guía y colaboración.

A mi familia y amigos, por el apoyo moral que me brindaron, para lograr la culminación de mi carrera.

Y un reconocimiento especial a mi novio René Salazar, porque gracias a su apoyo incondicional, he podido llevar a cabo cada paso en la elaboración de mi proyecto de tesis.

Gracias...

María Fe. Wandemberg Mena

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi madre, quien con su cariño y amor infinito se ha esforzado toda la vida por darme el mejor ejemplo y las mejores oportunidades para salir adelante.

A mi hijo por su paciencia y amor mientras desarrollaba mi proyecto, ya que su existencia hace que mi trabajo tenga un valor especial.

Esta dedicatoria va para ellos, como una pequeña muestra de mi imperecedero amor y gratitud.

María Fe. Wandemberg Mena

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo, constituyó en determinar una comparación entre dos diarios digitales, elmundo.es de España y REFORMA.COM de México, en virtud de comprobar la situación actual del manejo de información con herramientas Web 2.0, durante el periodo abril- noviembre 2009.

El estudio se estableció en una investigación de tipo puzzle, que permite a varias personas investigar, encuestar, y contextualizar un problema, tomado como referencia un grupo poblacional amplio, lo cual valida la investigación.

Para conocer el entorno en que se desenvuelven estos medios virtuales, fue necesario revisar información sobre su incursión en la Web. Partiendo de este contexto, descubrí que ambos diarios nacieron de la versión impresa y actualmente se han incorporando a las nuevas tecnologías.

La exposición de este análisis comprende 3 capítulos, más las conclusiones y recomendaciones. Dentro del primer capítulo se muestra información, sobre la evolución de los medios de comunicación en las nuevas tecnologías, posteriormente se menciona cómo los medios tradicionales volcaron sus contenidos a una página Web y finalmente se detalla el contenido de las herramientas Web más comunes, que manejan los medios electrónicos.

El segundo capítulo se enfoco en las técnicas de metodología, a las que se recurrí, con el propósito de obtener datos de primera mano, que en el transcurso de este análisis fueron sustanciales para estructurar mi trabajo.

- En primera instancia, se revisó bibliografía que tenían que ver con todos los temas tratados de principio a fin.
- Su buscó la colaboración de los medios designados REFORMA.COM y elmundo.es.
- Tomando en cuenta el origen de los diarios digitales, realicé la semana compuesta, que constó en seleccionar la portada, bajo el criterio de que es la página más importante de un diario. Partiendo de esta medida, me dediqué a completar la información que constaba en las tablas del análisis cuantitativo de los medios de comunicación tradicionales El Mundo y REFORMA y digitales elmundo.es y REFORMA.COM. En este período de tiempo, también contesté las preguntas que habían en las tablas cualitativas, las mismas que trataban únicamente información de los diarios virtuales.

- Con más conocimiento sobre ambos medios on line, formulé algunas preguntas para cada diario.
- Para despejar algunas dudas relacionadas a la investigación, recurrí a las entrevistas vía telefónica. Y vía mail envié las preguntas a los periodistas de ambos diarios.

El tercer y último capítulo, consistió en dar a conocer los resultados que arrojaron las tablas cuantitativas y cualitativas, en este análisis, el resultado de las primeras tablas comparte su información con gráficos y el resultado de las segundas tablas, se complementan con imágenes.

De este trabajo investigativo, concluí que los diarios digitales están explotando al máximo las herramientas que impulsan la participación ciudadana.

Objetivo General

Por medio de un análisis comparativo, conocer cuál de estos diarios digital (elmundo.es y REFORMA.COM) está más familiarizado con el uso de las herramientas Web 2.0.

Objetivos Específicos

- Indicar que posibilidades de acceso a la información se puede obtener de estos dos medios on-line.
- Comparar el contenido informativo del medio tradicional con el digital.
- Analizar si los periodistas están adaptados al manejo de herramientas Web 2.0 y nuevas tecnologías de información.
- Determinar cuál es el nivel de actualización e inmediatez en la generación de contenidos.

ÍNDICES

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO	1
1.1 La comunicación y su evolución	1
1.2 Conversión de los medios tradicionales a digitales.	2
1.2.1 La aparición del periodismo on-line	4
1.2.2 Diferencias básicas entre los medios impresos y digitales	5
1.2.3 Herramientas Web 2.0 más utilizadas por los medios digitales	6
1.2.4 Propiedad Intelectual en Internet	10
1.3 El diario on line	12
1.3.1 Características de un diario on-line	13
1.3.2 Accesibilidad Web	14
1.4 La página Web de un periódico	15
1.4.1 Redacciones digitales	16
1.4.2 Cómo se integran las salas de redacción	18
1.5 Comprobación de supuestos teóricos	19

CAPÍTULO II

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	21
2.1 Metodología utilizada	21
2.2 Breve historia y situación actual de los medios	22
2.2.1 El Mundo y elmundo.es	22
2.2.2 REFORMA Y REFORMA.COM	24

CAPITULO III

3. RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	25
3.1 Análisis comparativo de las tablas cuantitativas, de EL MUNDO y elmundo.es, donde constan secciones, fuentes, géneros e imágenes.	25
3.1.1 Secciones	25
3.1.2 Fuentes	29
3.1.3 Géneros Periodísticos	32
3.1.4 Imágenes	35
3.2 Análisis comparativo de las tablas cuantitativas de REFORMA Y REFORMA.COM, donde constan secciones, fuentes, géneros e imágenes.	38
3.2.1 Secciones	38

3.2.2 Fuentes	42
3.2.3 Géneros Periodísticos	45
3.2.4 Imágenes	48
3.3 Análisis comparativo de las tablas cuantitativas de los diarios digitales elmundo.es y REFORMA.COM	51
3.3.1 Periodismo participativo	51
3.3.2 Comunicación móvil	52
3.3.3 Plataformas	53
3.3.4 Hipertextualidad	54
3.3.5 Multimedialidad	54
3.3.6 Inmediatez	55
3.3.7 Conformación de las salas de redacción	57
3.3.8 Géneros periodísticos	59
3.3.9 Accesibilidad de contenidos	59
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	70

TABLAS ÚNICAS Y GRÁFICOS DE EI MUNDO Y elmundo.es

Tabla No. 1	26
Gráfico No. 1	26
Tabla No. 2	27
Gráfico No. 2	28
Tabla No. 3	29
Gráfico No. 3	29
Tabla No. 4	30
Gráfico No. 4	31
Tabla No. 5	32
Gráfico No. 5	32
Tabla No. 6	33
Gráfico No. 6	34
Tabla No. 7	35
Gráfico No. 7	35
Tabla No. 8	36
Gráfico No. 8	37
Gráfico “perfil de consumidores de información de elmundo.es”	56

TABLAS ÚNICAS Y GRÁFICOS DE REFORMA Y REFORMA.COM

Tabla No. 1	38
Gráfico No. 1	39
Tabla No. 2	40
Gráfico No. 2	41
Tabla No. 3	42
Gráfico No. 3	43
Tabla No. 4	44
Gráfico No. 4	44
Tabla No. 5	45
Gráfico No. 5	46
Tabla No. 6	47
Gráfico No. 6	47
Tabla No. 7	48
Gráfico No. 7	49
Tabla No. 8	50
Gráfico No. 8	50
Gráfico "perfil de consumidores de información de REFORMA.COM"	57

ANEXOS

1.- TABLAS ANÁLISIS CUANTITATIVO DE EL MUNDO Y elmundo.es

Tabla: Sábado 22 de agosto 2009	72
Tabla: Domingo 30 de agosto 2009	73
Tabla: Lunes 7 de septiembre 2009	74
Tabla: Martes 15 de septiembre 2009	75
Tabla: Miércoles 23 de septiembre 2009	77
Tabla: Jueves 1 de octubre 2009	78
Tabla: Viernes 9 de octubre 2009	79

2.- TABLAS ANÁLISIS CUANTITATIVO DE REFORMA Y REFORMA.COM

Tabla: Sábado 22 de agosto 2009	81
Tabla: Domingo 30 de agosto 2009	82
Tabla: Lunes 7 de septiembre 2009	83
Tabla: Martes 15 de septiembre 2009	84
Tabla: Miércoles 23 de septiembre 2009	85
Tabla: Jueves 1 de octubre 2009	86
Tabla: Viernes 9 de octubre 2009	88

3.- TABLA ANÁLISIS CUALITATIVO DE elmundo.es

4.- TABLA ANÁLISIS CUALITATIVO DE REFORMA.COM

5.- ENTREVISTA AL DIARIO elmundo.es

6.- ENTREVISTA AL DIARIO REFORMA.COM

7.- FOTO PORTADA del diario ELMUNDO

8.- FOTO PORTADA del diario elmundo.es	127
9.- FOTO PORTADA del diario REFORMA.COM	128
10.- FOTO PORTADA del diario REFORMA	129

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO

1.1 La comunicación y su evolución

Desde su inicio la especie humana, vio la necesidad de comunicarse con sus semejantes y con todos los que lo rodeaban, no se usaba el lenguaje como actualmente se lo hace, pero el hombre de algún modo buscaba hacerse entender, comunicándose con los demás. Es así como empezó a realizar de sonidos guturales, señales, gestos, gritos, etc, posteriormente estas expresiones, señales, símbolos, signos que usaba en el día a día, empezó a plasmarlos en las piedras, es decir por medios gráficos que descubrió junto con su evolución.

De una u otra forma, la comunicación se convirtió en el medio de expresión más utilizada por el hombre, simplemente por necesidad, de darle a entender a otros lo que uno quería. Conforme las personas fueron adquiriendo mas conocimientos e información acerca del entorno que le rodeaba, fueron convirtiéndose en gente mucho mas civilizada, es decir, en un grupo de personas que exigía más necesidades, lo llevaban forzosamente a una mejor preparación y evolución tanto de su forma de vida en general como también de su manera de comunicarse.

“La transmisión de información fue evolucionando, llegando a los manuscritos hechos en papiro y la invención del papel, que a su vez dio pie a la invención de la imprenta, que permitió la publicación de libros que poco a poco se fueron creando en gran cantidad, y eso ayudo a llevar la información a todo aquel que estuviera interesado con gran facilidad.

Así, día a día, la comunicación aumenta y los medios con los que se propaga crecen y se modifican, dando oportunidad a todas las personas de mantenerse informadas con lo que pasa a su alrededor e incluso lo que pasa al otro lado del mundo.

Rudimentarios métodos, fueron un impulso para el ser humano siga creando nuevas formas de interrelación humana, como la prensa, la radio y la televisión y el cine, que trascienden gracias a la tecnología, determinando importantes avances en la humanidad".¹

La revolución de la comunicación y los medios que facilitan esta expresión, están siendo parte esencial en nuestras vidas, por ello el hombre busca progresar en este y otros ámbitos que permiten la sociabilización. Con esta intención un nuevo medio de comunicación más potente, se impone con mayor rapidez, llamado "Internet", que permite el envío, recepción de información de manera más ligera, y tiene la posibilidad de conectar a varios seres humanos a la vez.

La era de la computación, la informática e Internet, son la vanguardia de hoy, es por eso que están en constante progreso, abren a los medios de comunicación varias oportunidades de trabajo, nuevas áreas de acción y nuevos mercados.

"Al respecto, Ferrero Barberá (2001) dice que: "Internet es sin duda un medio de comunicación, pero no es un medio de comunicación de masas tal y como lo entendemos ahora. Lo que diferencia Internet es que es un medio integrador de los otros medios y con capacidad para crear una interacción y una personalización de contenidos desconocida hasta ahora. No es un medio de comunicación de masas, porque para ello haría falta una masa de receptores que recibieran el mismo contenido, y eso no funciona así en Internet".²

1.2 Conversión de los medios tradicionales a digitales.

Los diarios electrónicos nacieron a la sombra de las ediciones impresas, que paulatinamente se están incorporando a este nuevo soporte, de este modo se fueron experimentando las amplias posibilidades que ofrece los recursos de la Web y que por supuesto no limita la creatividad de los periodistas o editores, los hace más productivos para elaborar un producto diferente y totalmente innovador.

¹ <http://www.tuobra.unam.mx/obrasPDF/publicadas/040715111347.html>

² <http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml>

“La década del 2000 al 2010 va marcando a su paso la presencia de una nueva era, la digital, y con ello también se recruen las diferencias generacionales, los que nacen y se adaptan fácilmente a las nuevas tecnologías y los analfabetas digitales, quienes se niegan a explotar todo el potencias de estas herramientas tecnológicas”.²

Esta diferencia parece estar bien marcada con los diarios que nacieron simultáneamente con Internet, los cuales se identifican como un nuevo medio que solo utiliza al Internet como plataforma, pero lo que concierne a la estructura, estilo y definición son auténticos.

“Por su parte, los medios tradicionales que utilizan el refuerzo tecnológico de la Red, parece que tienen sólo la finalidad de tener “presencia digital”. En el mejor de los casos buscan³afanosamente llegar a tener un estilo propio. A más de una década de estar en línea, muchos de ellos, sobre todo, los que se ubican en la provincia, aún siguen estando a la sombra de la nodriza que les dio identidad y mientras que también hay casos en donde éstos viven una etapa de simbiosis e hibridación que no termina de diferenciar a uno del otro.

A pesar de ello, todos los estudios de investigación nos conducen a una convergencia entre medios tradicionales y digitales, situación similar a los paradigmas que se presentan en la transformación de un periodista multimedia.

Para los países de primer mundo, los cambios tecnológicos son más acelerados y la actualización es constante por el fácil acceso a la tecnología de punta. Para los países en Latinoamérica, con una brecha digital significativa, los cambios llegan a pasos lentos. Por lo tanto, resulta difícil estar al día con las tendencias imperantes en los países desarrollados”.²

En la actualidad se puede evidenciar que el periodismo on line, está creando su propio estilo en la Web, la inclusión de las novedosas herramientas Web, el social media y demás tecnologías de la comunicación, que están a disposición del cibernauta confirman este contexto.

Si en el presente se evidencia la crisis que enfrentan los periódicos tradicionales y las grandes agencias de noticias, en un futuro cercano este problema resaltaré notablemente, para evitar esto, los medios de comunicación deben actuar ya!, ahorrando los recursos que

² <http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml>

brinda la Web, implementando más personal capacitado en sus salas de redacción, que se adapten al cambio y nuevas formas de comunicarnos que convergen en una misma plataforma: el Internet y sus posibilidades multimedia, entre otros.

1.2.1 La aparición del periodismo on-line

“La comunicación es todavía considerada una ciencia joven, es por ello que está buscando un sitio propio de estudio e investigación constante. Así es como periódicos electrónicos que tuvieron sus antecedentes en la presencia de la prensa tradicional, y que a través del ensayo de sus editores sufrieron la metamorfosis, pasaron del diario en papel a un diario en la red”.³

“A finales de los 90 los periódicos impresos han resistido la fuerte competencia de los medios audiovisuales en general, y cada día buscan más ese sentido de complementariedad. Gracias a la reconversión tecnológica, la prensa ha conseguido revitalizar su estructura, de esta manera se inserta en un marco multimediático cada vez más definido, logrando hoy un mayor grado de competitividad.

El primer medio en asomarse de manera significativa al nuevo escenario, ha sido la prensa escrita, por delante de la radio y la televisión, es así como la explosión interactiva de la Red, parece ser la puerta de la gran extensión mediática de las próximas décadas.

Son muchas las incógnitas, las interrogantes, las dudas, pero la mayoría de los editores empiezan a sentir que más allá de una amenaza para sus negocios, Internet es una oportunidad expansiva, diversificadota, ante la cual la prensa cuenta con fortalezas indiscutibles. La línea de desarrollo iniciada por Internet, no parece una tentativa más de un fenómeno de futuro incierto, sino la expresión aún poco depurada y definida, de un nuevo soporte y unas formas nuevas de comunicación, señaló (Díaz Nosty, 1998).⁴

³ <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/varia/msantoyo.html>

⁴ Armentia, Elexgaray y Pérez. *Diseño y periodismo electrónico*.

Es importante recordar que la aparición de los medios digitales, ganan con la ayuda de los medios tradicionales y viceversa, debido a la experiencia, labor, prestigio y credibilidad que han transmitido al público lector. Por esta razón les cuesta desprenderse de versión originaria, sin embargo hay otros diarios electrónicos que se están desarrollando a la perfección, difundiendo diferentes materiales informativos.

En el entorno de los medios de comunicación, es impresionante como los sitios Web se están incrementando y a la vez creando una innovadora manera en el quehacer periodístico, la forma de ver y hacer las cosas en el día a día, esta revolucionando, para lograr grandes transformaciones en los medios digitales.

1.2.2 Diferencias básicas entre los medios impresos y digitales

La aplicación de nuevas herramientas Web, los recursos multimedia, la hipertextualidad, la inmediatez, la accesibilidad y demás instrumentos que tiene el Internet marcan notablemente la diferencia entre ambas versiones, pese a sí cumplen o no con el mismo discurso informativo.

En el libro Periodismo por Dentro, de Rubén Darío Buitrón y Fernando Astudillo se señalan las siguientes diferencias entre el periodismo tradicional y el electrónico:

“- El medio digital presenta las noticias en seguidilla, una debajo de la otra, y no permite que el lector seleccione a su antojo. El medio impreso tiene varios puntos de entrada en cada página y puede elegir la noticia que le interesa.

- El digital actualiza permanentemente la información, mientras que el impreso presenta noticias de ayer. En este sentido, el digital rompe con la estructura periódica del diario impreso y tiene la capacidad de producir y renovar informativos en el mismo día.

- El digital ofrece la posibilidad de vincular inmediatamente el tema de interés del lector con otros medios, que el ayuden a contextualizar o redondear lo que quiere conocer, sin salir de su computador. El impreso no permite que se lo pueda abandonar con un link, e impone los contenidos al lector.

- El digital debe proponer al lector una selección adecuada, e incluso especializada de contenidos, no abundancia de temas. El impreso presenta un menú informativo muy amplio y diverso, y deja que sea el lector quien seleccione los asuntos que quiera leer.

- El digital se basa en una tecnología multimedia: texto, audio, video, fotografía digital, infografía animada, etc. El impreso privilegia el texto escrito y deja que la fotografía y los gráficos complementen el trabajo informativo.
- El digital debe ser rápido y contundente, privilegia la economía de lenguaje. El impreso hace que su lector acepte inconscientemente las reiteraciones de ideas porque el periódico de papel está diseñado con el concepto de entradas múltiples.
- El digital no tiene límites: debe actualizarse permanentemente y no cesa de entregar nueva y más información. El impreso tiene un límite: la edición que tiene en sus manos se cerró a determinada hora, tiene un espacio específico del cual no puede salir y siempre estará desactualizada.
- El digital puede segmentar informaciones y dedicar espacios a lectores especializados. Si se personaliza la edición, cada usuario seleccionará lo que le interese. El impreso, en su gran mayoría, es generalista y tiene el reto de intentar llegar a todos los públicos posibles según las tendencias, los gustos, los intereses y las necesidades de cada sector. “⁵

1.2.3 Herramientas Web 2.0 más utilizadas por los medios digitales

La segunda versión del World Wide Web, se representa como la Web 2.0, que ofrece nuevos servicios a los usuarios, fomenta la colaboración y el intercambio ágil entre los cibernautas. Además cambia la cultura de la tecnología y mejora la administración de conocimientos, es así que los medios digitales están progresando constantemente con la implementación de esta segunda generación en la historia de la Web, logrando incrementar las visitas en sus páginas.

“En este nuevo entorno, el éxito de la prensa digital dependerá en gran medida de tres factores:

⁵ Rubén Darío Buitrón y Fernando. Periodismo por dentro.

1.- De su capacidad para crear sitios Web que permitan la interacción tanto de los usuarios con los contenidos, como de los usuarios entre sí.

2.- Del conocimiento y uso adecuado de los servicios y herramientas que pone a disposición de los medios la Web 2.0, que les permiten llevar la noticia hasta sus potenciales usuarios, con el cambio que esto supone en el proceso de comunicación.

3.- De la habilidad de los medios de comunicación para adaptar sus contenidos a nuevos formatos y canalizarlos a través de plataformas sociales, lo que les permitirán una mayor difusión de sus noticias y la captación de nuevos usuarios.

Algunas de las herramientas más comunes son:

- ❖ Blogs.
- ❖ Wiki
- ❖ Redes sociales
- ❖ RSS
- ❖ Microblogging
- ❖ Creative Commons
- ❖ Chat.
- ❖ Facebook.
- ❖ Hi5
- ❖ Linked In.
- ❖ My Space.
- ❖ You tube.
- ❖ Flyckr.
- ❖ Twitter.
- ❖ Servicios de Microblogging, etc.”.⁶

“**Blog:** Un blog, o en español también una bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

⁶ <http://www.hipertext.net/web/pag297.htm>

Wiki: Es una colección de páginas Web que pueden ser editadas fácilmente por cualquier persona, en cualquier momento y desde cualquier lugar. Las páginas del wiki están abiertas, pero se pueden configurar para proporcionar un acceso selectivo, o bien pueden estar totalmente cerradas. Estos utilizan un lenguaje de marcas, que solo requiere un pequeño entrenamiento. Actualmente la mayoría de los wikis ofrecen un editor visual para facilitar la edición.

Redes sociales: Son sitios o espacios en la red Internet, que cuentan con una serie de herramientas tecnológicas muy sencillas de utilizar y permiten la creación de comunidades de personas en que se establece un intercambio dinámico por diferentes motivos: - Espacios para conocerse, intercambiar ideas, reencontrarse con otras personas. - Espacios para ofertar productos, servicios y realizar negocios. - Espacios para compartir e intercambiar información en diferentes medios. - Espacios para servicios sociales, como la búsqueda de personas desaparecidas o intereses particulares.

RSS: Es una familia de formatos de Fuentes web codificados en XML. Se utiliza para suministrar a suscriptores de información actualizada frecuentemente. El formato permite distribuir contenido sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS (agregador). A pesar de eso, es posible utilizar el mismo navegador para ver los contenidos RSS. Las últimas versiones de los principales navegadores permiten leer los RSS sin necesidad de software adicional. RSS es parte de la familia de los formatos XML desarrollado específicamente para todo tipo de sitios que se actualicen con frecuencia y por medio del cual se puede compartir la información y usarla en otros sitios web o programas.

Microblogging: También conocido como nanoblogging, es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves (alrededor de 140 caracteres), generalmente de sólo texto. Las opciones para el envío de los mensajes varían desde sitios web, a través de SMS, mensajería instantánea o aplicaciones ad hoc.

Creative Commons: Literalmente traducido: “Comunes Creativos”, es una organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, que fue fundada y actualmente es presidida por Lawrence Lessig, profesor de derecho en la Universidad de Stanford y especialista en ciberderechos. Esta organización desarrolla planes para ayudar a reducir las barreras legales de la creatividad por medio de nueva legislación y de las nuevas tecnologías.

Chat: El chat (término proveniente del inglés que en español equivale a charla), también conocido como cibercharla, designa una comunicación escrita realizada de manera instantánea a través de Internet entre dos o más personas.

Facebook: Es un sitio web del tipo red social, inicialmente era exclusivo de estudiantes universitarios, pero en septiembre de 2006 se ha ampliado a cualquier persona que tenga correo electrónico.

Hi5: Es una red social global, destinado a jóvenes donde más de 50 millones de miembros han creado sus cuentas y páginas personales.

Si bien es cierto, en Hi5 los miembros descubren nuevas amistades, también esta red social ofrece una plataforma para que artistas y la gente común ganen presencia entre un público mundial. Los miembros de Hi5 expresan sus opiniones y aumentan la importancia de un artista, una persona o una pieza de contenido como por ejemplo una campaña de Marketing Social.

Linked In: Es un sitio de red orientada a los negocios, fundado en diciembre de 2002 y lanzada en mayo de 2003 (comparable a un servicio de red social), principalmente para red profesional. A octubre de 2008, tiene más de 25 millones de usuarios registrados extendiéndose a 150 industrias.

My Space: Es un popular sitio web con una gran comunidad online que ofrece servicios de blog, perfiles personales, búsqueda de amigos, grupos, fotos, música y videos. Es uno de los sitios más populares del mundo.

You tube: Es un popular sitio web para compartir videos con sede en San Bruno, California (EE.UU.). Sus usuarios pueden subir, visualizar y compartir videos con todo el mundo, que pueden ser comentados y calificados.

Flyckr: Es un sistema de gestión de fotografías online que combina las funciones tradicionales de un archivo digital ya que clasifica las fotos por categorías, permite escribir perfiles del autor y también enviar las imágenes por correo electrónico con comentarios. Con algunas herramientas más propias de los programas de tratamiento digital de imágenes.

Twitter: Es un servicio gratuito de microblogging, que hace las veces de red social y que permite a sus usuarios enviar micro-entradas, también denominadas "tweets", basadas en texto, con una longitud máxima de 140 caracteres, donde se responde a la pregunta ¿Qué

estás haciendo?. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por la web de Twitter, como vía SMS (short message service) desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea, o incluso desde cualquier aplicación de terceros, como puede ser Twiterrific, Tweetie, Facebook, Twinkle, TweetDeck, etc.

Servicios de microblogging: También conocido como nanoblogging, es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, alrededor de 140 caracteres, generalmente de sólo texto. Las opciones para el envío de los mensajes varían desde sitios web, a través de SMS, mensajería instantánea o aplicaciones ad hoc.

Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario, y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas”.⁷

De una forma u otra, los medios que están incursionando con su página Web, debe necesariamente hacer uso de las herramientas Web 2.0 y las redes sociales que la misma conlleva. Como todo tiene sus ventajas y desventajas, es compleja, pero al momento, los medios que están aplicando esta técnica han arrojado buenos resultados, por que se están manteniendo en constante evolución, buscando sorprender a los cibernautas por las novedades y la interacción que ofrecen.

1.2.4 Propiedad Intelectual en Internet

“La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI, es un organismo especializado del Sistema de Naciones Unidas, creada en 1967 con la firma del Convenio de Estocolmo. OMPI está dedicada a fomentar el uso y la protección de las obras del intelecto humano.

La OMPI administra hoy 24 tratados (dos de ellos con otras organizaciones internacionales) y, por conducto de sus Estados miembros y de su Secretaría, lleva a cabo un exhaustivo y variado programa de trabajo con las siguientes finalidades:

- Armonizar legislaciones y procedimientos nacionales en materia de propiedad intelectual;

⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social

- Prestar servicios de tramitación para solicitudes internacionales de derechos de propiedad industrial;
- Promover el intercambio de información en materia de propiedad intelectual;
- Prestar asistencia técnico-jurídica a los Estados que la soliciten;
- Facilitar la solución de controversias en materia de propiedad intelectual en el sector privado, y
- Fomentar el uso de las tecnologías de la información y de Internet, como instrumentos para el almacenamiento, el acceso y la utilización de valiosa información en el ámbito de la propiedad intelectual.

Si se quiere compartir, o permitir que sean utilizados los OER (Open Educational Resources) que el autor crea, se puede depender de un uso restringido (copyright) o abierto (licencias libres), para lo cual una buena opción sería el uso de las licencias Creative Commons, que se basa en un sistema de licencias, en mayor o menor medida se renuncia a ejercer derechos sobre la propiedad intelectual en favor de la libre circulación de ideas y saberes.

La más abierta de estas licencias es la “licencia de atribución”, en la que el autor o creador permite el uso y distribución de su obra sin restricciones, siempre que se acredite su trabajo. De esta base surgen conceptos muy útiles para aquellos que creen Internet como medio de difusión. Es así, como la propiedad intelectual de lo que se sube a la Red es potestad del creador y del titular de los derechos, que de forma libre vaya creando una comunidad del conocimiento accesible para todos, dinámica y siempre enmarcada dentro de los usos honrados, respetando los derechos de los demás y haciendo respetar nuestros derechos”.⁸

“Es importante señalar que cuando hablamos de derechos de autor debemos diferenciar al autor como tal, que es de quién nace la obra y el que posee el uso y goce de esos derechos de forma natural; y al “titular” de los derechos de autor que puede ser (y en la mayoría de las legislaciones así lo considera) la persona natural o jurídica a la que se le han transferido los

⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_de_la_Propiedad_Intelectual

derechos patrimoniales y que es quién tiene la atribución legal de divulgarlo, imprimirlo, reimprimirlo, subirlo en línea, etc.”⁹

1.3 El diario on line

El diario en línea viene sumándose a los medios de comunicación masivos que expanden su información gracias a la Red. Cada vez más personas optan por revisar las noticias a que publican las versiones electrónicas, motivo por el cual llegará un momento en que el periódico de papel pierda toda su hegemonía.

La rapidez con que se cargan las nuevas noticias, la interactividad, el uso de nuevas herramientas Web, la gratuidad y más beneficios más hacen que cada vez estos medios en línea sean más concurridos. Sin embargo, a pesar de que hace ya más de diez años que los diarios hicieron su irrupción en Internet, todavía muchos no se han independizado de sus versiones originarias.

“El periódico digital es un nuevo medio de comunicación diferente a los ya existentes. Es un medio que tiene potencialmente una retórica propia de la actualidad, una retórica que los periódicos digitales están lejos todavía de explotar en todas sus potencialidades. Es un medio que requiere entonces de un tratamiento periodístico diferente porque presenta características propias. Los principales rasgos diferenciales son:

-Permite la interactividad con los contenidos y con otros individuos.

-Organiza su discurso en forma hipertextual.

-Ofrece una actualidad múltiple, en el sentido que da un menú de contenidos con diferentes temporalidades internas.

⁹ <http://www.oui-iohe.org/forotics/2009/05/04/propiedad-intelectual-en-internet/>

-No tiene límites de tiempo ni de espacio por lo que permite una extensa documentación de la actualidad.

-Puede combinar distintos recursos multimedia.

-Y permite cierta personalización de los contenidos.

Este medio que tiene su aparición en la página Web, ha recibido muchas denominaciones: periódico electrónico (Armañanzas, Díaz Noci y Messo, 1996), informativo electrónico multimedia interactivo (Díaz Noci, 1996), servicio informativo online (Pérez Luque y Perea Foronda, 1998), periódico cibernético (Álvarez Marcos, 1995), prensa online (Cabrera, 2000), diario digital (Canga Larequi y otros, 2000; Armentia y otros, 2000), diario online (denominación de los propios medios en Argentina), sitio de noticias online (Boggio, 2001), sitio Web de noticias (Outing, 2002), diario en Internet, ciberperiódico, y un largo etc."¹⁰

1.3.1 Características de un diario on-line

“Actualización: Es la ruptura con la "cultura de cierre", directo permanente, desaparece la periodicidad propia de los medios (diaria u horaria) y por tanto el ciberperiodismo debe conjugar inmediatez con profundidad interpretación y análisis.

Multimedia: Es la integración en Internet de todos los medios conocidos: prensa, radio y TV. Permite un relato de la actualidad accesible, interesante y completa. Se trata de un "lenguaje múltiple" en el cual el periodista debe elegir el formato más adecuado a cada uno de los relatos. Hay un acceso múltiple a la realidad por parte del receptor (audio, texto, video, foto) y siempre hay un riesgo de "narración duplicada".

Hipertextualidad: La escritura hipertextual es un rasgo exclusivo del ciberperiodismo. La profundidad de los vínculos carece prácticamente de límites. El hipertexto es un modo de leer y escribir siguiendo un procedimiento más próximo al proceso de razonamiento humano por asociación de ideas, enseñan las autoras del texto que venimos siguiendo. Pasamos de

¹⁰ <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

un modelo de lectura y escritura en un solo plano, secuencial, con un límite de espacio y tiempo y centralización de la información a otro hipertextual que se caracteriza por lectura y escritura en planos múltiples, no secuencial, sin límite de espacio y tiempo y con información descentralizada.

Interactividad: Esta puede ser definida por el grado en el cual una tecnología de la comunicación puede crear un ambiente mediado, cuyos participantes pueden (comunicarse uno a uno, uno a muchos y muchos a muchos) tanto sincrónicamente y participando en intercambios de mensajes recíprocos.”¹¹

1.3.2 Accesibilidad Web

La accesibilidad Web se refiere a la capacidad de acceso a las páginas de los diarios digitales y a sus contenidos por todas las personas independientemente de la discapacidad (física, intelectual o técnica) que presenten. La idea de los diario on line es crear páginas totalmente accesibles, para todos los usuarios independientemente de las circunstancias y los dispositivos utilizados a la hora de acceder a la información.

“Cuando los sitios web están diseñados pensando en la accesibilidad, todos los usuarios pueden acceder en condiciones de igualdad a los contenidos. Por ejemplo, cuando un sitio tiene un código XHTML semánticamente correcto, se proporciona un texto equivalente alternativo a las imágenes y a los enlaces se les da un nombre significativo, esto permite a los usuarios ciegos utilizar lectores de pantalla o líneas Braille para acceder a los contenidos. Cuando los vídeos disponen de subtítulos, los usuarios con dificultades auditivas podrán entenderlos plenamente. Si los contenidos están escritos en un lenguaje sencillo e ilustrados con diagramas y animaciones, los usuarios con dislexia o problemas de aprendizaje están en mejores condiciones de entenderlos.

Si el tamaño del texto es lo suficientemente grande, los usuarios con problemas visuales puedan leerlo sin dificultad. Así mismo, el tamaño de los botones o las áreas activas deben

¹¹ www.seminariovirtual.org/public/foro/pdf/2PDcaracte.pdf

ser los adecuados, para facilitar su uso a los usuarios que no pueden controlar el ratón con precisión.”¹²

“Los principales beneficios que ofrece la accesibilidad Web.

- Aumenta el número de potenciales visitantes de la página web: esta es una razón muy importante para una empresa que pretenda captar nuevos clientes. Cuando una página web es accesible no presenta barreras que dificulten su acceso, independientemente de las condiciones del usuario. Una página web que cumple los estándares es más probable que se visualice correctamente en cualquier dispositivo con cualquier navegador.
- Disminuye los costes de desarrollo y mantenimiento: aunque inicialmente aprender a hacer una página web accesible supone un coste (igual que supone un coste aprender a utilizar cualquier tecnología nueva), una vez se tienen los conocimientos, el coste de desarrollar y mantener una página web accesible es menor que frente a una no accesible, ya que una página Web accesible es una página bien hecha, menos propensa a contener errores y más sencilla de actualizar.
- Reduce el tiempo de carga de las páginas Web y la carga del servidor web: al separar el contenido de la información sobre la presentación de una página Web mediante CSS se logra reducir el tamaño de las páginas Web y, por tanto, se reduce el tiempo de carga de las páginas Web.

Dentro de este contexto, la usabilidad y la accesibilidad son dos enfoques que se refuerzan mutuamente en el diseño del sitio Web. Los sitios accesibles son más usables y viceversa. Por ejemplo, el texto alternativo de las imágenes acelera la navegación por el sitio Web, para usuarios con poco ancho de banda.”¹³

1.4 La página Web de un periódico

Una página Web de un diario digital no es necesariamente equivalente a una página de un diario impreso. En los diarios electrónicos, cada nota desarrollada en su totalidad es una

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Accesibilidad_web

¹³ http://wapedia.mobi/es/Accesibilidad_web

página completa del sitio, con autonomía con respecto a las otras notas. Así se pierde el diseño de página del diario impreso, donde en un mismo espacio coexisten diferentes artículos.

“A partir de los diferentes niveles de acceso, el diario electrónico parece aportar una mayor racionalización del espacio. En otras palabras, esto significa que para ubicar una nota que no sea de las más importantes, probablemente haya que atravesar varias páginas (que sinteticen artículos agrupados sobre la base de series clasificatorias como las secciones, por ejemplo) antes de encontrarse con ella. Otra consecuencia de este rasgo es que, al entrar en un artículo determinado, se pierde la mirada global para pasar a un nivel estrictamente microscópico.

La organización de las páginas en el diario electrónico, como la mayoría de los hipertextos, responde a un modelo de árbol. Es decir que de un tronco (la home page) se abren diversas ramas que dan lugar a otras ramas o directamente al follaje (notas, e-mail, fotos panorámicas, etc.).”¹⁴

“Las ediciones digitales emplean en sus páginas Web:

- Elementos textuales: Encabezados y textos
- Elementos gráficos: Fotografías, infografías, caricaturas, etc.
- Elementos visuales: Enlaces, frames o marcos, tablas, mapas, animaciones y rollovers, formularios, fondos, etc.
- Servicios añadidos: Informaciones complementarias, utilidades de acceso a la información, servicios de comunicación con el lector, juegos y pasatiempos, etc.
- Publicidad y servicios comerciales: Banners, tiendas virtuales y más.”¹⁵

1.4.1 Redacciones digitales

¹⁴ http://web.jet.es/inforpesca/pagina_n10.htm

¹⁵ Armentia, Elexgaray y Pérez. *Diseño y periodismo electrónico*

“La redacción on line debe aprender la realidad y transmitir con calidad periodística, multiplicar voces y democratizar los espacios, ser sensible a las nuevas tendencias y ponerlas en escena, saber escuchar de que está hablando la gente, en que anda, que come, que necesita, donde quiere invertir, que alternativas tiene para su tiene, que desea mirar más allá de la rutina y de su entorno, que clase de historias quieres leer.

Si muchos diarios impresos se han estancado, han perdido la sensibilidad social, o han caído en la rutina, los periódicos digitales están en la obligación de llenar los vacíos que han dejado aquellos medios y cumplir el rol que muchos de aquellos diarios olvidaron: ayudar al mundo a comprender lo que es el mundo”.¹⁶

Hoy en día la mayoría de medios de comunicación que tienen espacio en la Red, todavía no asumen el cambio cultural que enrola el tener presencia en la Web, esto se identifica en las salas de redacción, cuando no se comprueban nuevas dinámicas de trabajo, como analizar nuevos modos de construcción de la noticia, propiciar la capacitación de los profesionales en nuevas habilidades.

Los medios de comunicación social, son los encargados de redefinir el concepto de redacción tradicional y crear un concepto de redacción no lineal, que permitirá al lector mayor fluidez y aceptación. El usuario de Internet quiere información clara, sencilla, concisa e innovadora, para que pueda entender todo lo que necesita saber en un breve tiempo.

“Patricia Noriega en su obra "Contenido Digital" hace mención de algunos lineamientos básicos de redacción on line, en la cual hace hincapié en la utilización de la pirámide invertida, el comprender las limitaciones de la lectura en la pantalla y sobre todo tomar en cuenta que el tipo de audiencia es heterogénea y de diferentes culturas.

Por otro lado Carlos Soto en su libro "Periodismo en Internet" señala que en el Internet se cumplen tres niveles de lectura, dándole importancia al uso de los hipertextos como la utilización de enlaces que incrementen y profundicen la información al usuario y el uso de la multimedia donde se pretende facilitar la interacción entre los cibernautas.

¹⁶ Rubén Darío Buitrón y Fernando Astudillo. *Periodismo por dentro*

Las redacciones en línea deben contar con la presencia de periodistas que estén en continua preparación, ante los nuevos avances de la tecnología, y así poder llenar la satisfacción de su lector y cumplir con su rol de comunicador.

El comunicador de hoy tienen que ser "multimedia", saber identificar la importancia de la tecnología, se puede señalar que los comunicadores tradicionales fácilmente se están adaptando a estos nuevos avances, de hecho son amantes a ella, y por esto se puede pedir esa misma pasión a los nuevos comunicadores del mañana."¹⁷

Los comunicadores de hoy tienen como reto crear nuevos recursos periodísticos que se adapten a los avances tecnológicos que estamos viviendo, enriqueciendo las fuentes de información, obteniendo los beneficios del multimedia, la interactividad, entre otros, para enganchar nueva audiencia.

1.4.2 Cómo se integran las salas de redacción

Algunos de los diarios digitales a pesar de mantener la matriz del medio tradicional, prácticamente son considerados nuevos medios, debido a que cuentan con figura y personalidad, un equipo de redacción independiente, e información y contenidos diferentes a lo que se ofrece en el medio impreso. No ocurre lo mismo con otros medios electrónicos, que deciden integrar sus salas de redacción con sus versiones tradicionales.

Cuando una sala de redacción está compuesta por una estructura integrada (diario tradicional y diario digital), se puede encontrar ventajas y desventajas.

“Las ventajas que conlleva esta forma de compartir, es que se puede sacar al máximo el provecho de los recursos disponibles para enriquecer los productos impresos y de la Red. Además ayuda a ser más eficientes, eliminando la duplicación de trabajos que estaban siendo realizados por periodistas diferentes, produce más información para la necesidad diaria y transfiere el éxito de la edición impresa a la edición digital.

En el mismo contexto, las desventajas que experimentan las salas de redacción integradas, es el rechazo inicial de los periodistas hacia las nuevas tecnologías y herramientas de

¹⁷ <http://www.rppnet.com.ar/redacciononline.htm>

edición. Pero periodistas educados para la edición impresa y los educados para la edición on line se están viendo continuamente unos a otros para ver como trabajan los otros. Hay más innovación, ayuda a atraer a las audiencias más jóvenes debido a que se trata al Internet como un medio diferente, con equipos para la sala de redacción on line calificados, más jóvenes que hacen que la lectoría sea más acogida.”¹⁸

“La tendencia a mantener redacciones separadas está más extendida de lo que pudiera parecer, así lo comprueba el estudio Innovaciones en periódicos. El informe Mundial 2000, desarrollado por la consultora Innovation International Media Consulting Group y al que contestaron 550 directores de periódicos de todo el mundo. El apartado dedicado a conocer la ubicación de la sede de la redacción online arroja los siguientes datos: tres de cada cinco redacciones Web (ocho de cada diez en los grandes periódicos) trabajan en la sala de redacción del periódico. Por su parte, los medios digitales españoles, especialmente los compuestos por equipos de reducido tamaño, se encontrarían entre el 40% de las redacciones digitales europeas que siguen estando estructuradas de forma separada.”¹⁹

1.5 Comprobación de supuestos teóricos

- Los medios de comunicación elmundo.es y REFORMA.COM, no cuenta con un equipo especializado en redacción para medios digitales.

El personal que labora en estos diarios digitales, están autorizados para redactar artículos para el medio impreso o para el medio digital, de la misma manera, cuando hay noticias relevantes, las publicaciones del diario digital saltan a al diario impreso y viceversa. Es importante aclarar que en ambos diarios, la versión tradicional y la virtual priorizan el género la noticia, así mismo los artículos están compuestos por el mismo discurso informativo.

Actualmente REFORMA.COM, está pendiente del proceso de aprobación del manual de estilo, que próximamente será un punto de comparación con la versión impresa.

Personalmente de elmundo.es tiene una estructura de contenido más atractiva y a diferencia del diario mexicano, este mantiene el mismo estilo periodístico en las dos versiones.

¹⁸ <http://www.igooh.com/notas/las-redacciones-integradas-y-la-integracion-de-este-concepto/>

¹⁹ <http://www.hipertext.net/web/pag215.htm>

- Los profesionales que laboran en elmundo.es y REFORMA.COM sí están capacitados en periodismo digital.

Como lo expliqué en el anterior punto, este equipo profesional redacta noticias para el medio impreso y digital, pero este escenario acoge a sus antiguos periodistas y también a nuevos, que tienen más conocimiento del entorno digital.

Como agentes activos de información, todo el equipo que se integra en las salas de redacción, reciben capacitación. Para muestra un botón, es fácil evidenciar que hay presencia de periodismo digital, al revisar las páginas de dichos medios electrónicos, todo el contenido que se muestra al usuario son los resultados de un trabajo en conjunto. Es importante recordar que estos medios internacionales, tienen mayor conocimiento sobre la evolución de las nuevas tecnologías, puesto que son medios con experiencia en este ámbito.

- Tanto el diario mexicano como el español están familiarizados con las herramientas Web 2.0.

En función de colaborar, crear y compartir contenidos y servicios, estas publicaciones virtuales incluyen en sus contenidos las ventajas que ofrecen las herramientas Web 2.0. Al investigar el manejo de información de ambos medios, encontré que en los contenidos de estas páginas, están creados en función de este fenómeno evolutivo.

Actualmente estos diarios digitales, permiten que los usuarios participen en redes sociales, a los que pertenecen estos medios, interactúen con diversos contenidos y puedan acceder con facilidad a cualquier información.

Con el análisis realizado, fue fácil reconocer que herramientas son utilizadas con mayor frecuencia, y cuáles no, por cada diario digital.

- Los medios digitales muestran interés por la presencia de nuevas herramientas y la accesibilidad de contenidos.

Por supuesto, desde que hay conocimiento de estas herramientas innovadoras, los diarios virtuales han mostrado gran interés, por incluir en sus páginas modelos de facilidad, prácticamente son medios que ofrecen óptima información, porque esta concentrada en seguir evolucionando de la mano de nuevas herramientas accesibles.

Para comprobar si esta herramienta se incluía en los contenidos de cada sitio Web, fue necesario revisar las páginas de cada medio constantemente. Y con una respuesta positiva se encontró que cada sitio Web están diseñados con un alto grado de eficacia, eficiencia y satisfacción, para que usuarios, de un grupo específico de personas (discapacitados) puedan lograr objetivos concretos. Un ejemplo de ello son las versiones html o accesibles, los lectores de voz, la posibilidad en agrandar el tamaño de letra, entre otros.

A esto se concluye, que la inclusión de los nuevos avances tecnológicos es evidente, en cada medio digital, las herramientas Web 2.0 se fusionan para brindar comodidad y calidad en servicio, pero los parámetros que utilizan los periodistas para estructuran las noticias, no tienen autonomía, pues se derivan de los medios impresos.

CAPITULO II

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.1 Metodología utilizada

Antes de especificar los procedimientos que se dieron para completar esta información, es necesario mencionar que esta investigación es conocida a nivel mundial como “investigación puzzle”, que por su naturaleza permite a varias personas investigar, encuestar y contextualizar un problema tomando como referencia un grupo poblacional amplio, lo cual valida la investigación.

En el transcurso del mes de mayo, emprendí con la investigación de campo, que consistió en emplear algunas técnicas como: La revisión bibliográfica, colaboración de los medios asignados, semana compuesta y tablas de investigación, cuestionario de preguntas, entrevistas y finalmente análisis de contenido.

En primer orden, se revisó la bibliografía de varios contenidos relacionados con el aparecimiento de las herramientas Web 2.0, la evolución del diario tradicional al electrónico,

la historia de ambos diarios designados, el uso que se les da a las herramientas en los medios digitales, y más información concerniente a este tema.

Posteriormente fue necesario establecer comunicación con editores, periodistas digitales y webmaster del sitio Web, personalmente solo pude comunicarme con un periodista de cada medio. Esta tarea fue un poco complicada, puesto que ambos diarios digitales son internacionales, y para establecer comunicación con ellos, realicé varias llamadas telefónicas, e insistí con el envío de mails, hasta obtener una respuesta. En el caso del medio digital de España, tuve que considerar el horario, que tiene una diferencia de 7 horas de adelanto con este país.

Dentro del contexto de este análisis, se tomó en cuenta la semana compuesta, bajo el argumento de que la página principal es la más importante de un medio. Inmediatamente realicé la investigación de las tablas cuantitativas y cualitativas, el primer modelo generaliza y presupone, para alcanzar mayor validez, y el segundo es más parcial, pues estudia aspectos particulares y también generaliza. Las tablas cuantitativas fueron aplicadas para los diarios tradicionales y digitales. Las cualitativas únicamente para los diarios virtuales.

A más de las tablas, se formuló un cuestionario de preguntas, referentes al tema de la tesis por supuesto, las mismas fueron dirigidas a Lucero Longino, coeditora Web Titular de la portada de REFORMA.COM y Sergio Rodríguez, periodista de la sección Tecnología de elmundo.es, las preguntas fueron enviadas vía mail, las respuestas tuvieron retraso, pero lo importante es que mantuve comunicación constante vía telefónica.

Finalmente, en el tercer capítulo se consolidó toda la información recopilada, para realizar los análisis referentes a las tablas cuantitativas, de esta manera se encontraron diferencias y similitudes entre los medios impresos y digitales, a este trabajo se complementan algunos gráficos, que tienen la debida interpretación de los resultados obtenidos. En cambio en el análisis cualitativo, se conoció la situación actual de ambas publicaciones que tienen su sitio en la Web, a estas se adjuntaron imágenes para dar un enfoque verídico al contenido.

2.2 BREVE HISTORIA Y SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MEDIOS

2.2.1 El Mundo y elmundo.es

El Mundo del Siglo XXI (nombre comercial), más conocido como El Mundo, fue fundado el 23 de octubre de 1989 y tiene su sede en Madrid. Es catalogado como un diario liberal y generalista, que pertenece al Grupo Unidad Editorial.

Su director Pedro J. Ramírez, uno de sus fundadores, ha dirigido este prestigioso diario desde sus inicios y también ha sido partícipe de varios premios otorgados, uno de ellos por su estilo formal. Es considerado el periódico más vendido de España, este referente lo hace merecedor de 1.342.000 lectores. Su tirada es de 4441.880 (OJD, jul. 2006–jun. 2007) y el valor de cada periódico es de 1,10€ (OJD, jul. 2006–jun. 2007)

Cuenta con ediciones regionales en Cataluña, País Vasco, Andalucía, Almería, Huelva, Valencia, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Islas Baleares, entre otros. Apuesta por un tránsito dinámico de la opinión de la información. Su mayor audiencia es el público local, y el género que más acogida tiene es la información.

El 22 de Octubre del presente año, alcanzó su vigésimo aniversario, como líder indiscutible entre los hispanohablantes.

La aparición de las modernas tecnologías, influyó para que este medio, viera la necesidad de incorporar un nuevo soporte en las páginas Web. Así es como en octubre de 1995 sale a la luz el diario electrónico “elmundo.es”, edición abierta de El Mundo. Su página Web es www.elmundo.es.

Desde el 2006 su director es Fernando Baeta. En un principio estos medios de comunicación compartían las salas de redacción, pero desde hace dos años, cada uno formula sus contenidos en áreas separadas. Este escenario es testigo de que una variada agenda de prestigiosos periodistas, elaboran noticias para las dos versiones, los textos generados en Internet saltan a las páginas de papel y viceversa, además comparten los mismos parámetros de estilo periodístico.

Parte de su estructura Web, es disponer de varias secciones, algunas cuentan con su propia redacción como: España, Internacional, Última Hora, Economía, Sociedad, TV, Tecnología, y más. Tiene su propio departamento de gráficos interactivos y de vídeos, para elaborar contenidos específicos. En la última década incluyó varias secciones de opinión diaria en forma de blogs, relacionados con aspectos de política, tecnología, comunidad, televisión, sexo o la naturaleza.

La mayoría del equipo periodístico de la edición digital, cumple una tarea laboriosa, desempeñar 4 turnos de trabajo, puesto que esto lo exigen las páginas de este medio virtual, ya que las noticias se están actualizando en tiempo real. Sin embargo la inclusión de las herramientas Web 2. 0 han alivianado el quehacer periodístico. Nuevos instrumentos (redes sociales) de información, la interactividad y el multimedia, son entre otros, un complemento para publicar información de calidad.

La variedad y el atractivo de sus páginas, se ven reflejadas con 24 millones de lectores en Internet, que optan por revisar el contenido gratuito de este diario, líder en información en castellano.

La cabecera de ambas ediciones, renovaron su imagen el 22 de octubre de este año, la Web de este diario abandona el característico azul, que deja paso al blanco, donde en mayúsculas y en color negro resalta ELMUNDO.es. Una bola del mundo, que gira imitando el movimiento de rotación de la Tierra, completa esta novedosa cabecera. Además, algunas secciones de este sitio presentan un color diferente que las hace fácilmente reconocibles, simultáneamente ponen en marcha una nueva edición “América”.

2.2.2 REFORMA Y REFORMA.COM

En la ciudad de México, en noviembre de 1993 la familia Fuente de la Vega, dueños del Grupo Reforma, decide publicar un nuevo proyecto, el diario REFORMA, como una rama del periódico El Norte. Es catalogado por conservar un modelo de periodismo abierto.

Uno de los pilares de este modelo son los consejos editoriales, cada sección tiene un consejo editorial, que es un grupo de lectores y líderes en el área de la sección de interés, que se reúnen semanalmente o cada dos meses para establecer la agenda editorial de la sección. Su director, es el mismo fundador de este periódico, Alejandro Junco de la Vega.

Reforma fue el primer grupo noticioso que separó su división comercial de la división editorial, no está subordinado a una determinada institución, ni es guiado por corrientes ideológicas de algún sector en específico. Esto quiere decir que existe una gran independencia en su periodismo. Desde sus inicios, cuenta con una historia de galardones por libertad de expresión.

En la actualidad, el diario REFORMA, tiene una tirada media diaria de 200.000 copias y es distribuido en México, las ciudades de Monterrey, Nuevo León y Guadalajara. Además se propaga en cuatro diferentes líneas: reforma.com, el norte.com, el mural.com y palabra.com, cada una con de contenido temático.

El inicio de la era tecnológica trajo nuevos retos al grupo REFORMA, que buscando cubrir la necesidad de los usuarios en Internet, grupo Reforma incursionó con REFORMA.COM, en el 2000 como medio gratuito. Su página Web es www.reforma.com

Transcurrieron 3 años y por una decisión del consejo Editorial, empezó a cobrar por sus contenidos. Pese a ello actualmente registran 114.631 usuarios. En la portada se pueden encontrar escasas noticias de libre acceso.

Ambas versiones cuentan con una sala de redacción integrada, donde los periodistas redactan libremente artículos para el medio tradicional y el digital. La estructura de sus noticia son las mismas, el género la noticia y opinión son las que más prevalecen.

El equipo de comunicadores, pronto contará con un estilo propio en sus contenidos, de esta manera dejarán de depender de la edición tradicional. Además laboran en horarios nocturnos y madrugada, con el fin de transmitir información oportuna, conforme se generan las noticias, se van publicando, el tiempo de actualización variar 10 minutos o 2 horas.

En la página Web de este medio, los usuarios pueden encontrar la información más relevante en tiempo real, participación ciudadana, contenido multimedia, entre otros, puesto que están relacionados considerablemente con el uso de herramientas Web 2.0.

CAPITULO III

3. RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

3.1 Análisis comparativo de las tablas cuantitativas, de EL MUNDO y elmundo.es, donde constan secciones, fuentes, géneros e imágenes.

3.1.1 Secciones

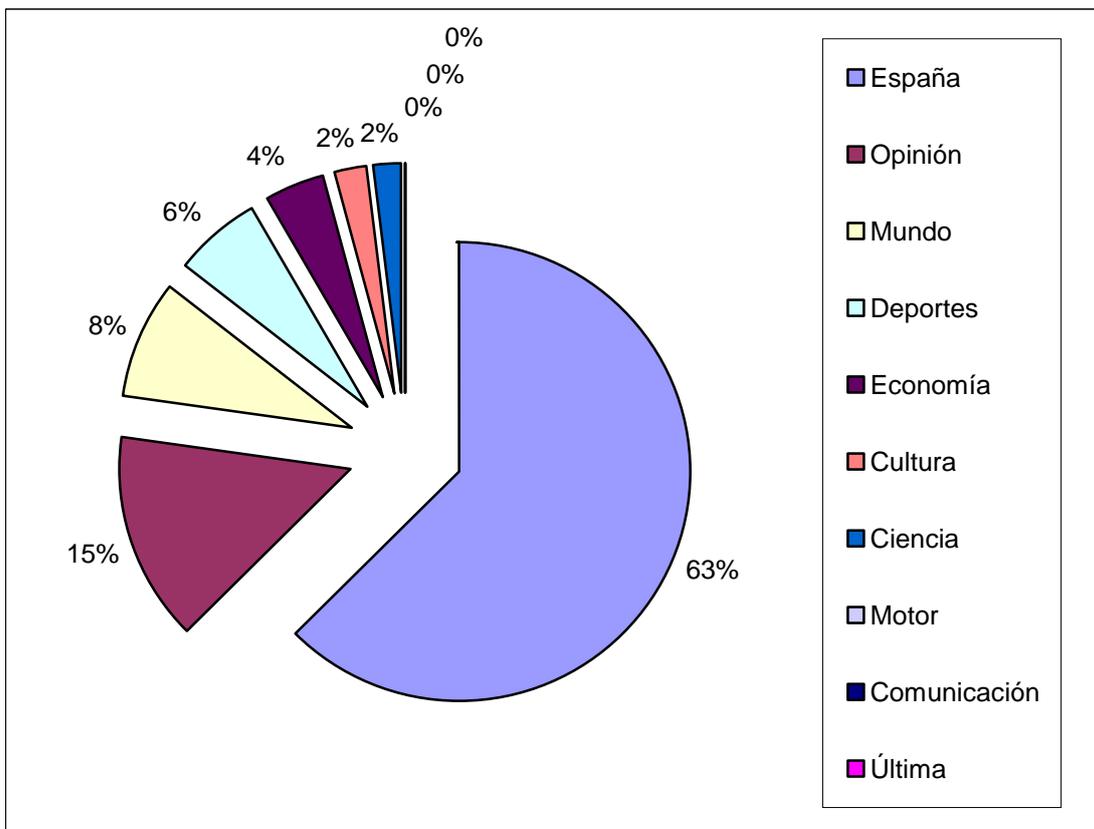
Tabla No. 1

El Mundo	No.
Economía	2
Deportes	3
España	30
Mundo	4
Opinión	7
Ciencia	1
Cultura	1
Motor	0
Comunicación	0
Última	0

Secciones del diario El Mundo

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 1



Fuente: Tabla No. 1 Secciones del diario El Mundo

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Secciones del diario El Mundo

En lo concerniente a la semana compuesta, se pudo comprobar que en la portada del diario El Mundo, la sección España predomina con un 63%, considerando que este medio es nato de este país, por ello difunde mayor información relacionada con los acontecimientos sociales, políticos y económicos, que surgen en su localidad.

Posteriormente la sección menos relevante, con un 14% fue la de Opinión, que expone contenido editorial, es necesario aclarar que este contenido debería ocupar otras páginas de este diario, no específicamente en la portada, pues se debe jerarquizar el contenido informativo. A estas noticias le sigue, con un 8% Mundo, un 6% Deportes, un 4% Economía y un 2% Cultura y Ciencia.

Los contenidos de Motor, Comunicación y Última, en ningún momento fueron noticias de suma importancia, por ello no tuvieron apertura en la portada.

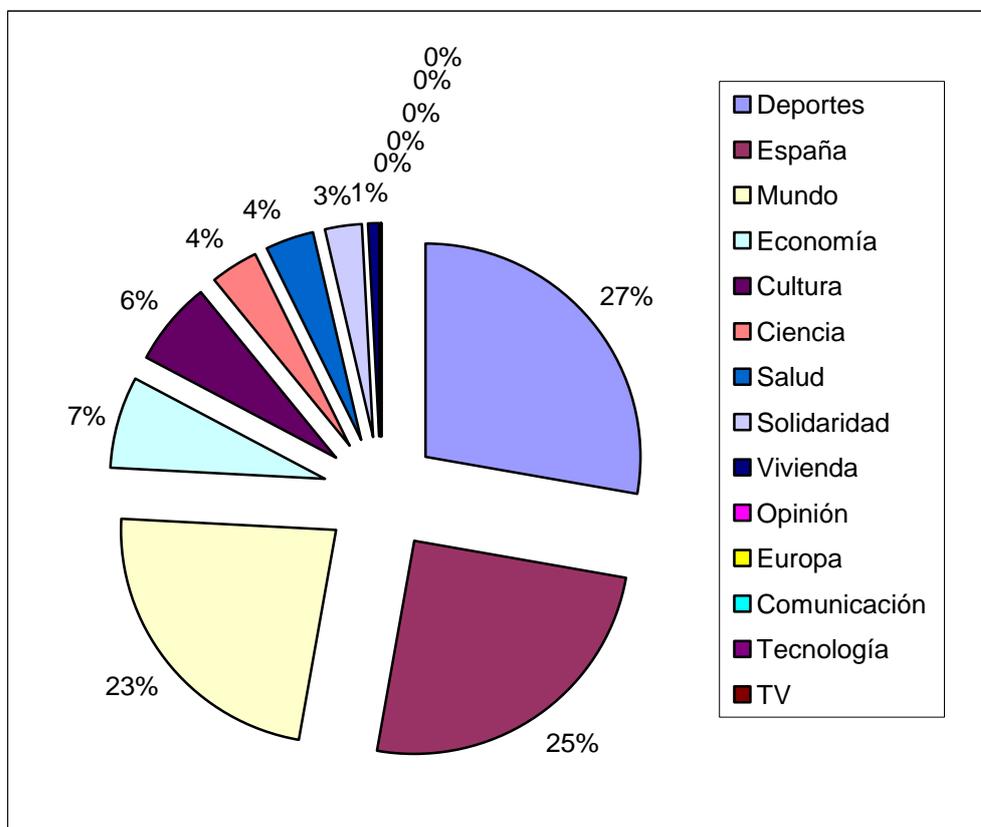
Tabla No. 2

elmundo.es	No.
Economía	10
Deportes	39
España	35
Mundo	32
Opinión	0
Ciencia	5
Cultura	9
Europa	0
Comunicación	0
Salud	5
Vivienda	1
Solidaridad	4
Tecnología	0
TV	0

Secciones del diario elmundo.es

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 2



Fuente: Tabla No. 2 Secciones del diario elmundo.es

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Secciones del diario elmundo.es

Una gama de secciones se presentan en la versión digital, pero una destaca, el contenido de Deportes, debido a que su información es variada, en este contenido se aprecian artículos de algunos deportes, crónicas con un alto contenido descriptivo, relatos interesantes sobre la vida de estos personajes, el entorno en que se desenvuelven y más.

En menor escala de importancia se exhibieron las secciones de España, con un 25%, Mundo con un 23%, Economía con un 7%, Cultura con un 6%, Ciencia y Salud con un 4%, Solidaridad con un 3% y Vivienda con el 1%.

Otras noticias de menor relevancia aparecieron en el contenido de otras páginas, más no en la portada, estas son Opinión, Europa, Comunicación, Tecnología y TV.

Es importante indicar que la versión impresa la sección Opinión se presento varias veces, en cambio en la digital no fue tomada en cuenta.

3.1.2 Fuentes

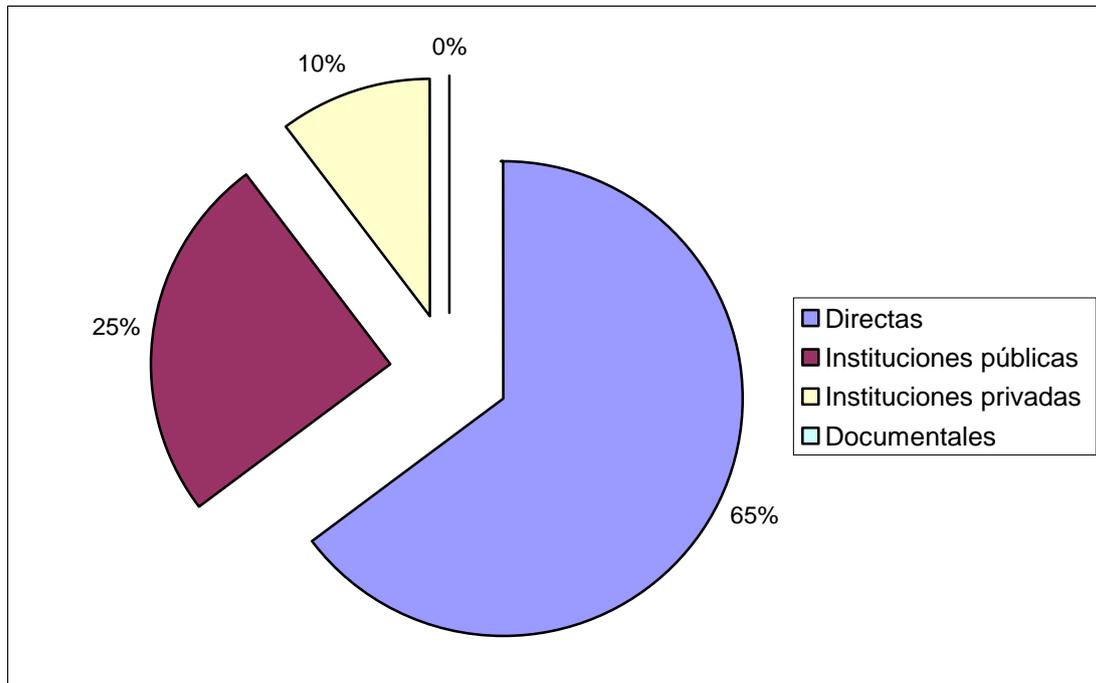
Tabla No. 3

El Mundo	No.
Directas	31
Instituciones públicas	12
Instituciones privadas	5
Documentales	0

Fuentes del diario El Mundo

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 3



Fuente: Tabla No. 3 Fuentes del diario El Mundo

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Fuentes de el diario El Mundo

Con un alto porcentaje, la fuente de información que se impone en la versión tradicional, es la Directa, con un 65 %. Se concluye que los periodistas de este diario, recurren a fuentes directas de información, porque en sus contenidos se encontró versiones de primera mano, relatadas por los protagonistas del hecho.

Como contenido secundario de investigación y con una estrecha diferencia, se encontró con un 25%, la fuente de Instituciones Públicas. A penas con un 10% la fuente de Instituciones Privadas, fue otra opción menos relevante al momento de investigar la noticia. En cuanto los documentales, no fueron una opción de consulta, puesto que se manifestaron en la portada.

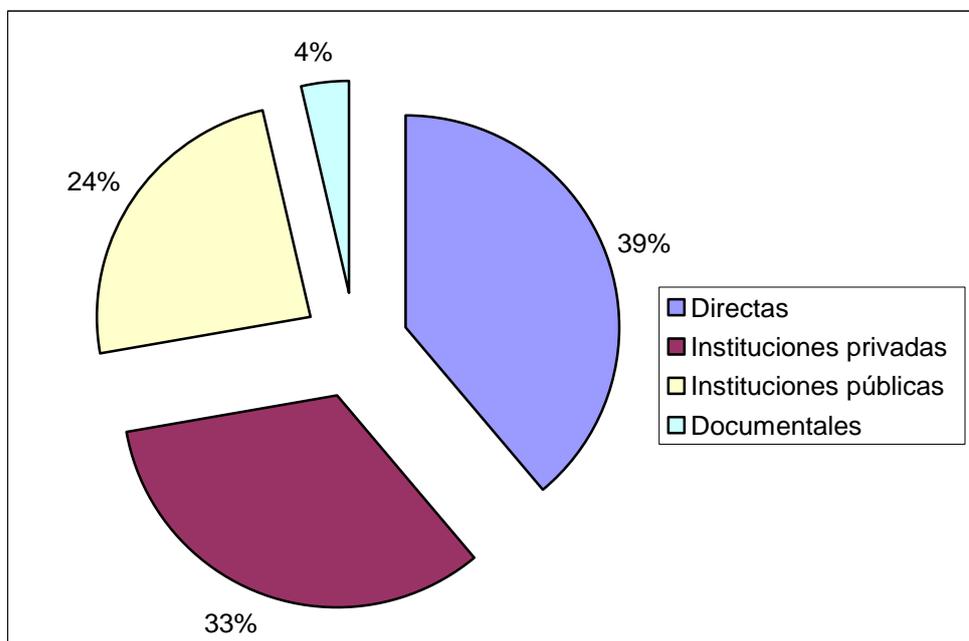
Tabla No. 4

elmundo.es	No.
Directas	55
Instituciones públicas	34
Instituciones privadas	47
Documentales	5

Fuentes del diario elmundo.es

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 4



Fuente: Tabla No. 4 Fuentes del diario elmundo.es

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Fuentes del diario elmundo.es

Respecto a las fuentes de información, el diario impreso y digital se identifican con la fuente Directa, sin embargo en el medio digital, el porcentaje es menor, un 39%, lo confirman. Con respecto a la fuente mencionada, esta se destacó, debido a que la mayoría de artículos se basaron en versiones de primera mano.

Al momento de recurrir a las fuentes de información, los periodistas no solo optaron por la Directa, sino también por otras, una de ellas fue la fuente de Instituciones Privadas, un 33%, afirma esta versión, seguida de esta fuente se encontraron las Instituciones Públicas con un 24% y finalmente con 4%, se contaron los documentales.

Quiero mencionar que las fuentes Directas y las Públicas son las más utilizadas por los periodistas que laboran en el medio impreso y digital.

3.1.3 Géneros Periodísticos

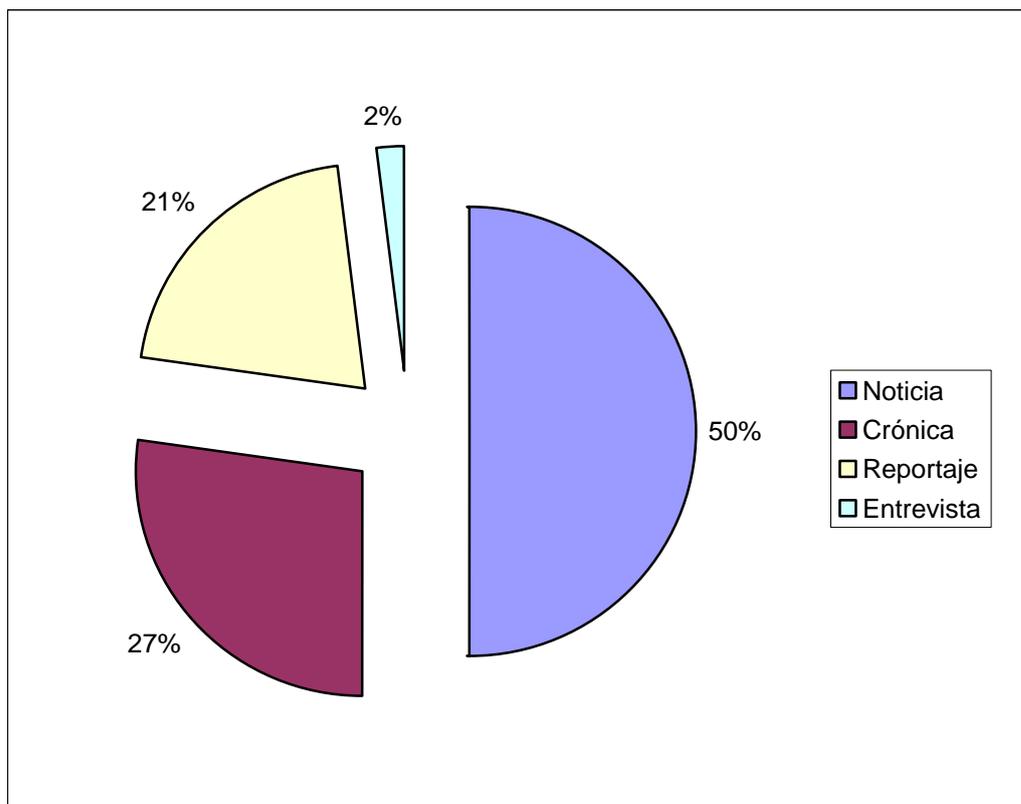
Tabla No. 5

El Mundo	No.
Noticia	24
Crónica	13
Reportaje	10
Entrevista	1

Géneros Periodísticos del diario El Mundo

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 5



Fuente: Tabla No. 5 Géneros del diario El Mundo

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Géneros del diario El Mundo

Al analizar el contenido que se presenta en la portada del diario tradicional, encontré que con un 50%, el género Noticia se despunta entre los demás géneros que caracterizan a un artículo, esta interpretación fue considerada, ya que los contenidos de cada artículo se han narrado con total precisión y actualidad.

Posteriormente la Crónica se reveló con un 27%, con menor diferencia el Reportaje se utilizó con un 21% y con un 2% la Entrevista. Todos los géneros periodísticos se tomados en cuenta, unos en mayor proporción y menor proporción.

Con esta investigación puedo afirmar, que el género que identifica la estructura de las noticias, es información.

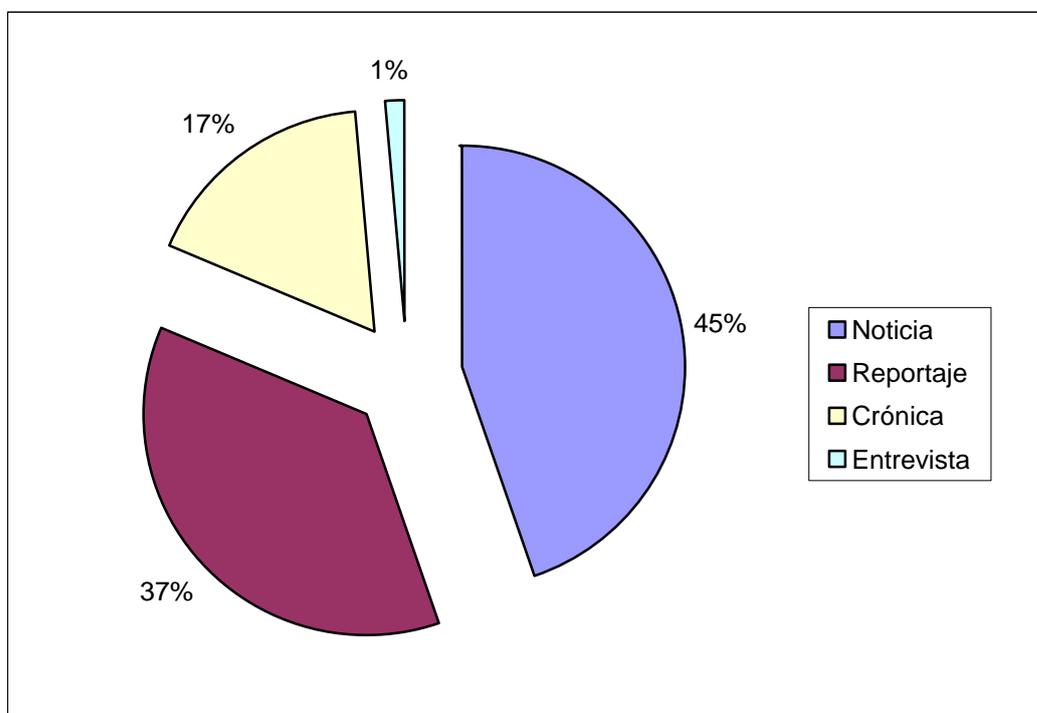
Tabla No. 6

elmundo.es	No.
Noticia	60
Crónica	23
Reportaje	49
Entrevista	2

Géneros del diario elmundo.es

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 6



Fuente: Tabla No. 6 Géneros del diario elmundo.es

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Géneros del diario elmundo.es

Al igual que en el medio impreso, el medio digital también se esmera por redactar sus artículos en base al género de información Noticia, con un 45% predomina en la portada, sin embargo es una cifra menor a la que se encontró en el diario tradicional. Se dedujo que la Noticia prevalece en ambos medios, debido a que se encontró en cada contenido un lead periodístico, hechos novedosos y relatos netamente actuales, todos estos de gran interés trascendental.

Con poca diferencia, apareció el Reportaje, con un 37%, a continuación se observó la Crónica, con un 17%, finalmente la entrevista quedó relegada con un 1%.

Los únicos géneros que se evidenciaron con similares cifras, son los que pertenecen a la Entrevista.

3.1.4 Imágenes

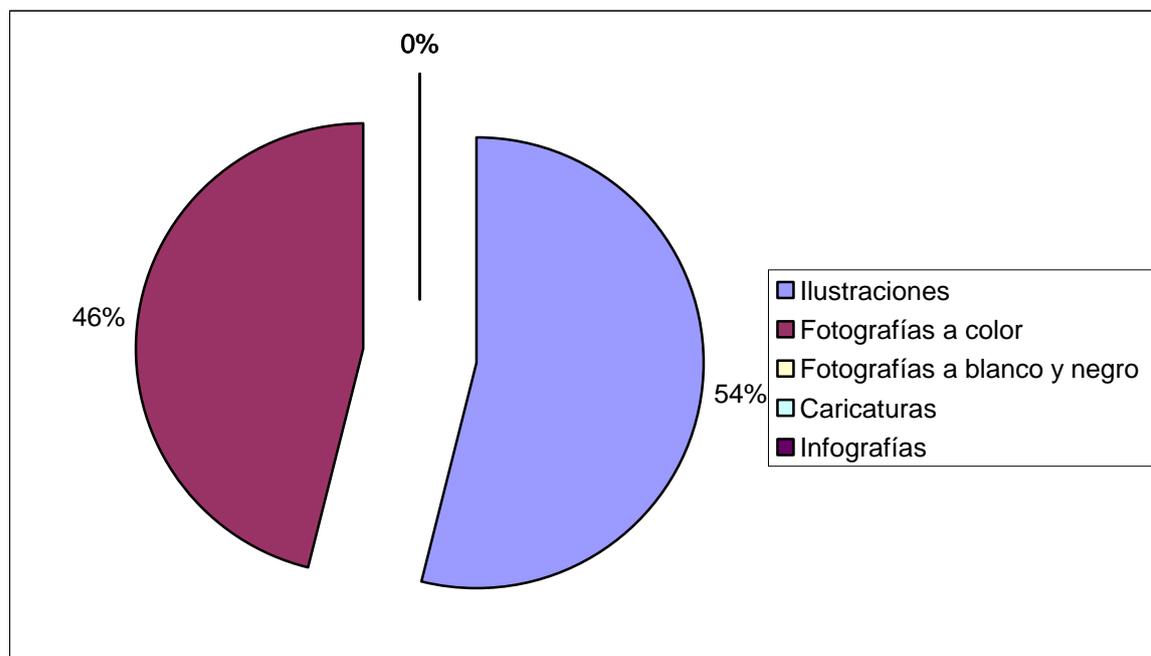
Tabla No. 7

El Mundo	No.
Fotografías a color	6
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	7
Caricaturas	0
Infografías	0

Imágenes del diario El Mundo

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 7



Fuente: Tabla No. 7 Imágenes del diario El Mundo

Elaborado: María Fernanda Wandemberg.

Análisis del gráfico Imágenes del diario El Mundo

Desde un comienzo, la portada de este diario no fusionó otros recursos gráficos a parte de las fotografías a color. Me refiero a las caricaturas, infografías y a las fotografías a blanco y negro.

La interpretación de este gráfico, que se muestra en la parte superior, indica que las ilustraciones primaron con un 54%, entre las fotografías a color, que en el transcurso de la semana compuesta se manifestaron en un 54%.

Al revisar la página principal, es notorio, la falta de iniciativa que existe en este medio, por aplicar elementos gráfico, es así que la información textos se impone en esta página, dejando reducido espacio a los elementos gráficos.

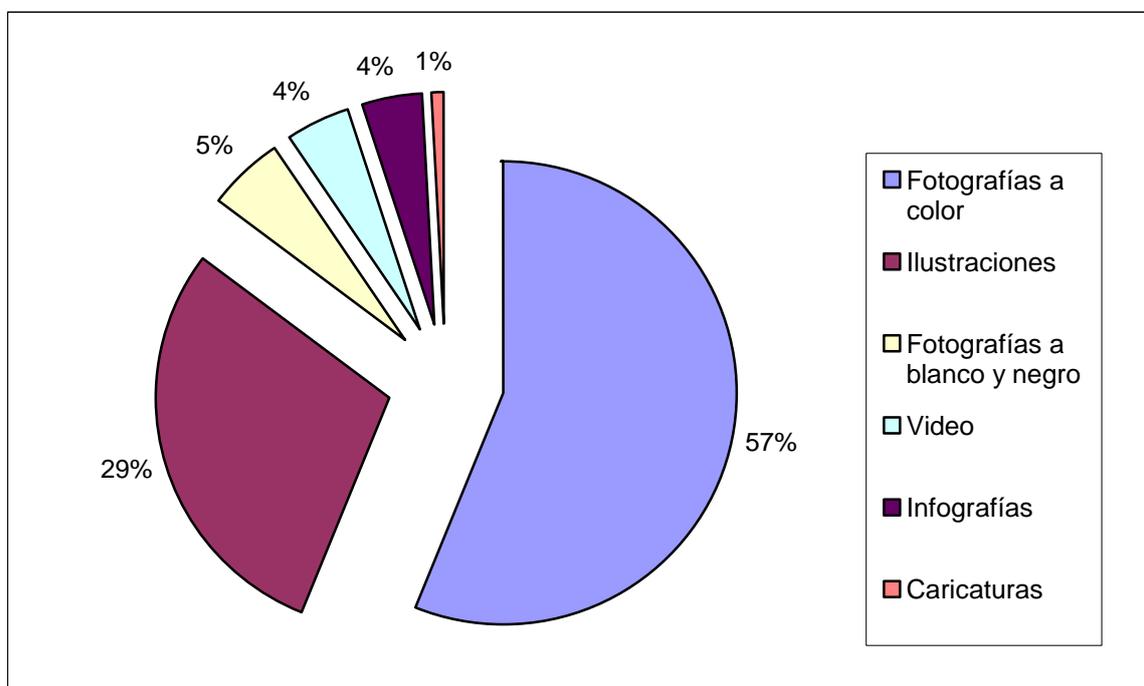
Tabla No. 8

elmundo.es	No.
Fotografías a color	213
Fotografías a blanco y negro	20
Ilustraciones	110
Caricaturas	3
Infografías	16
Video	17

Imágenes del diario elmundo.es

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 8



Fuente: Tabla No. 8 Imágenes del diario elmundo.es

Elaborado: María Fernanda Wandemberg.

Análisis del gráfico Imágenes del diario elmundo.es

Indiscutiblemente, los recursos gráficos solo se aprecian en el diario en línea, puesto que las fotografías a color cuentan con un 57%, contiguamente se presenciaron en un 29% ilustraciones, en un 5% fotografías a blanco y negro, en igual proporción con un 4% los videos y las infografías.

En una escala más reducida, las caricaturas contaron con el 1%, calificándolas como relegadas. El contenido de la página principal está cargada con varios elementos gráficos, que visualmente invitan a leer el contenido.

La portada es extensa, con frecuencia las imágenes van acompañadas de su texto correspondiente. Además esta página cuenta con varios recursos multimedia que permiten la interacción con los usuarios.

3.2 Análisis comparativo de las tablas cuantitativas de REFORMA Y REFORMA.COM, donde constan secciones, fuentes, géneros e imágenes.

3.2.1 Secciones

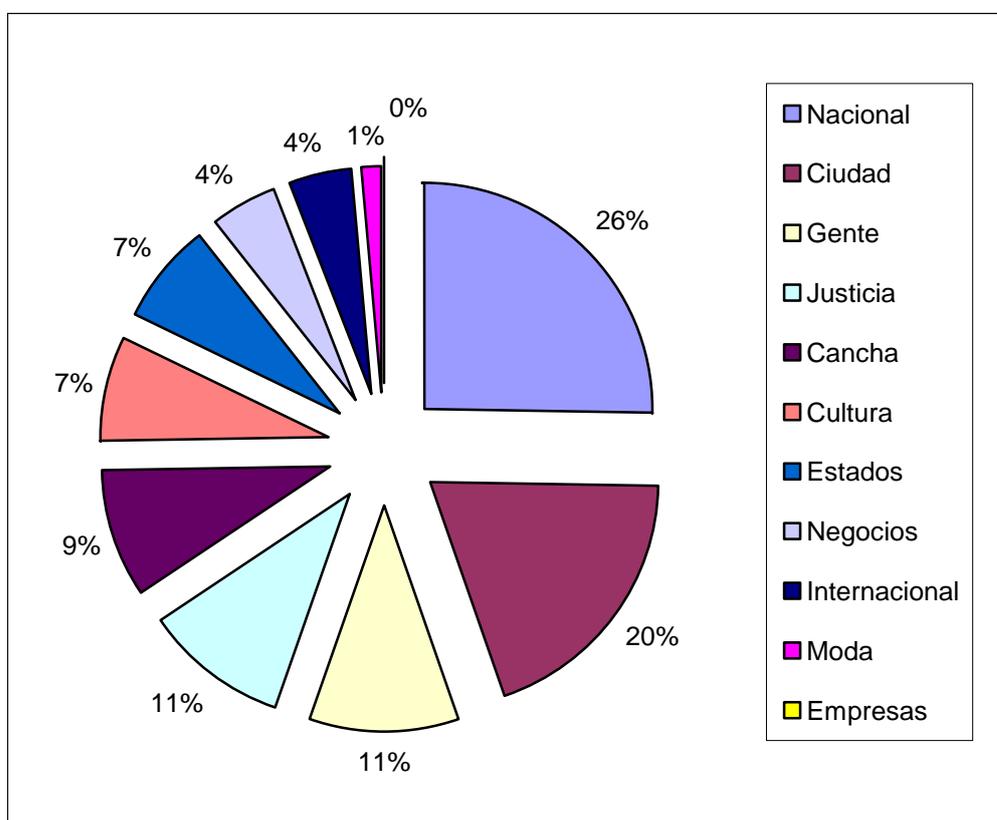
Tabla No. 1

REFORMA	No.
Nacional	17
Estados	5
Ciudad	13
Negocios	3
Empresas	0
Justicia	7
Cancha	6
Internacional	3
Cultura	5
Gente	7
Moda	1

Secciones del diario REFORMA

Fuente: Resumen del análisis cuantitativo del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 1



Fuente: Tabla No. 1 Secciones del diario REFORMA.

Elaborado: María Fernanda Wandemberg.

Análisis del gráfico Secciones del diario REFORMA

La estructura de ambos medios son similares, esto pude comprobar en la investigación realizada, cuando necesariamente revisaba el medio impreso y luego el digital. Con esta referencia a la hora de obtener los resultados, llegué a la conclusión de que con un 26% las noticias de la sección Nacional, predominan entre las demás, estas noticias comprende temas de política, seguridad, salud y economía.

Considerando que este diario es oriundo del país de México, se ve en la necesidad de enfocar su información a los acontecimientos que son de intereses por su comunidad. Esto confirma la inclinación de este diario por la información local.

En segundo lugar, con un 20%, el contenido de la sección Ciudad no implicó mayor diferencia con la sección relevante, debe ser porque este contenido ofrece noticias que demandan los ciudadanos del Distrito Federal de México.

Con menor porcentaje, exactamente con un 11% se exhibieron las noticias de Gente y Justicia, en la portada, de la misma manera, en este mismo espacio aparecieron más secciones, como Cancha que sumó un 9%, Cultura y Estados 7%, Negocios e Internacional 4% y Moda 1%. Mientras que la sección Empresas no apareció en la portada.

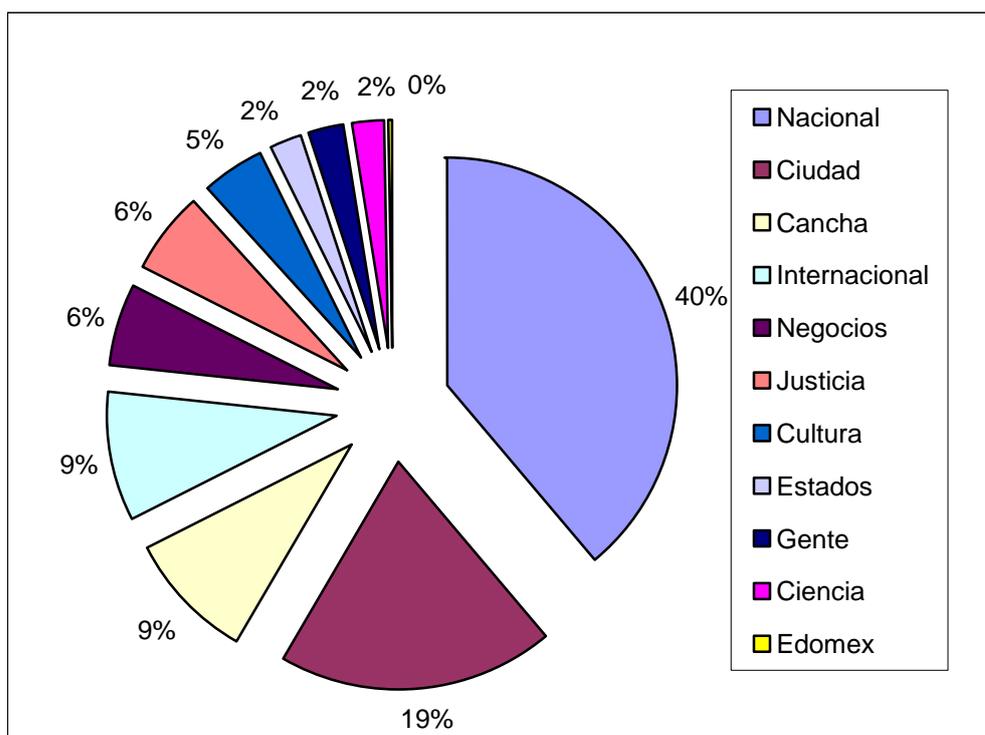
Tabla No. 2

REFORMA.COM	No.
Nacional	34
Estados	2
Ciudad	17
Negocios	5
Edomex	0
Justicia	5
Cancha	8
Internacional	8
Cultura	4
Gente	2
Ciencia	2

Secciones del diario REFORMA.COM

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 2



Fuente: Tabla No. 2 Secciones del diario REFORMA.COM

Elaborado: María Fernanda Wandemberg.

Análisis del gráfico Secciones del diario REFORMA.COM

La mayoría de secciones que constan en el diario tradicional, también tienen su aparición en la sección digital, con este contexto, recurrí a revisar cada noticia que se exponía en la portada. Al finalizar la lectura de los artículos, fue fácil distinguir las que tienen mayor impacto, las de la sección Nacional, con un 40%. Es evidente que este contenido es la característica no solo del medio digital, sino también del tradicional, sin embargo en la versión digital, estas noticias sobrepasan en cifra a la versión impresa.

Como indique en el análisis del medio impreso, las noticias de la sección Nacional se destacan debido a que el público demanda contenidos locales sobre política, seguridad, salud y economía.

De la misma manera, las noticias de la sección Ciudad son otro contenido que identifica a ambos medios, en esta ocasión se observaron menos noticias, en comparación con el medio impreso, un 19%, lo confirman.

Seguidamente, con un 9% se encontraron las secciones Cancha e Internacional, las demás noticias como Negocios y Justicia se presentaron en un 6%, en un 5% Cultura y en un 2% Estados, Gente, Ciencia. Los contenidos de la sección Edomex no tuvieron apertura en la página principal.

3.2.2 Fuentes

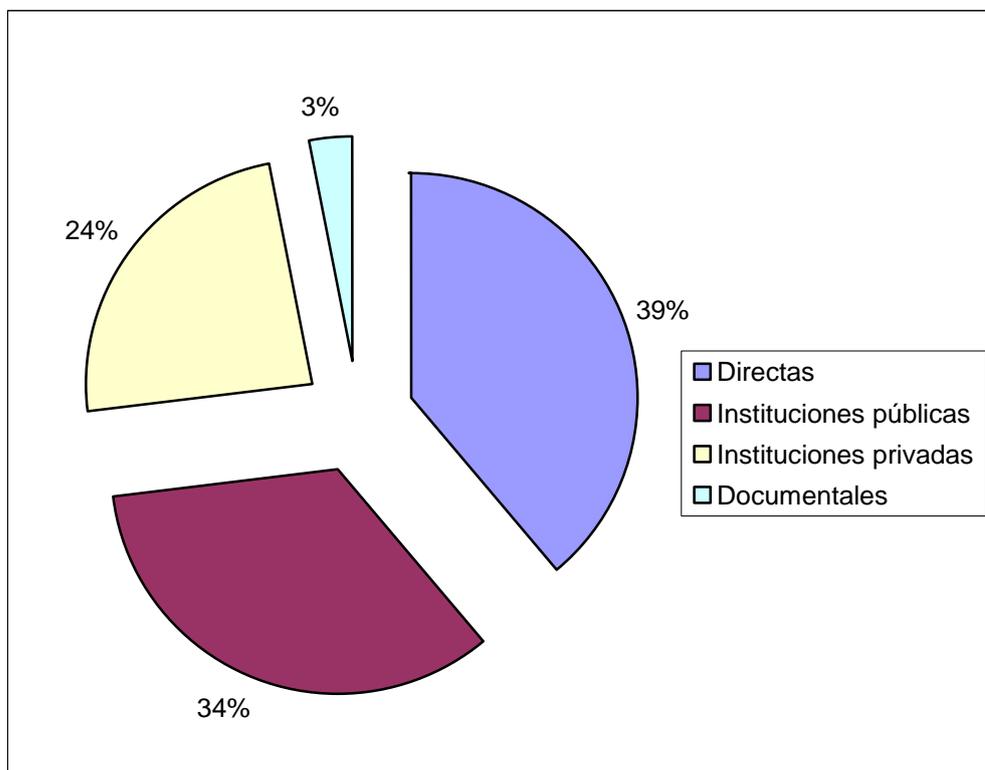
Tabla No. 3

REFORMA	No.
Directas	26
Instituciones públicas	23
Instituciones privadas	16
Documentales	2

Fuentes del diario REFORMA

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 3



Fuente: Tabla No 3 Fuentes del diario REFORMA.

Elaborado: María Fernanda Wandemberg.

Análisis del gráfico Fuentes del diario REFORMA

Con respecto al manejo de fuentes informativas, en el medio impreso un 39% determinó que la mayoría de fuentes fueron Directas, esta afirmación deduje al revisar el contenido de la noticia, donde encontré que este contenido va enfocado a un grupo específico, los testigos y las personas que protagonizaron los hechos.

Con menor apertura, la fuente a Instituciones Públicas fue utilizada un 34%, mientras que un porcentaje inferior de 24%, confirmaron que pertenecen a las fuentes a Instituciones Privadas, finalmente los documentales contaron con un 3%.

Las fuentes Directas y de Instituciones Públicas registran un mayor porcentaje, debido a que la primera se estableció en información de primera mano y segunda a entidades estatales.

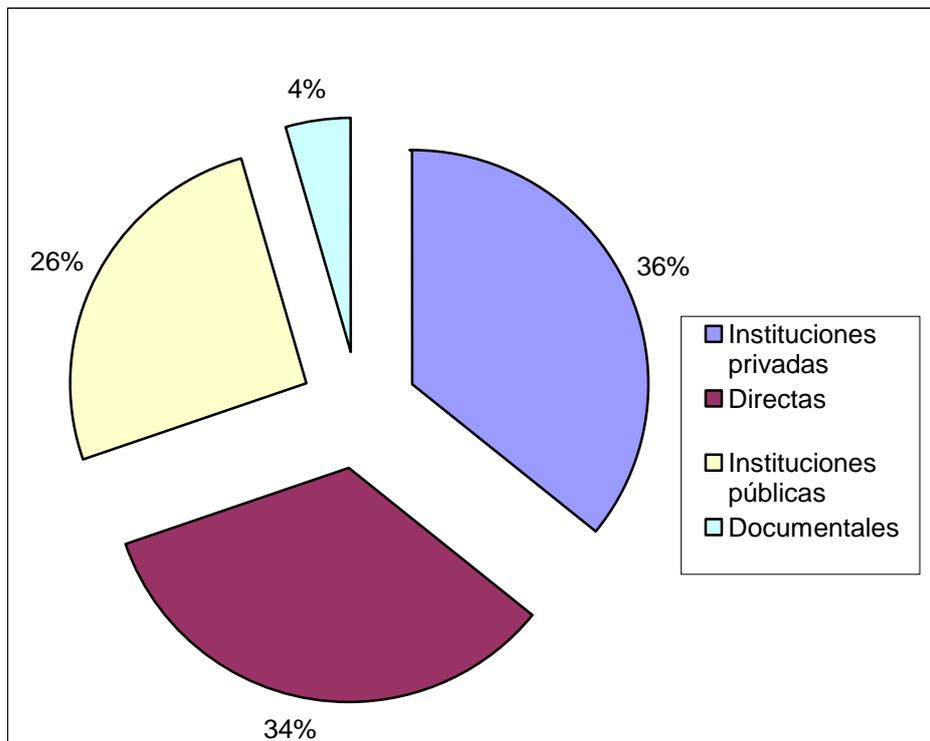
Tabla No. 4

REFORMA.COM	No.
Directas	30
Instituciones públicas	23
Instituciones privadas	32
Documentales	4

Fuentes del diario REFORMA.COM

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 4



Fuente: Tabla No. 4 Fuentes del diario REFORMA.COM

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Fuentes del diario REFORMA.COM

Con relación al diario impreso, la mayor fuente de consulta no fue la misma, ya que en este caso, las Instituciones Privadas, con un 36% prevalecieron entre las demás, las razones por las que este medio digital contó con mayor número de estas fuentes, se debe a que estas se basaron en información obtenida por entidades particulares.

Por otro lado, una menor diferencia confirmó que las fuentes Directas se emplearon en un 34%, seguidamente la fuente de Instituciones Públicas se presentaron con un 26%, como ocurrió en el diario impreso, los documentales se consideran muy poco, un 4% lo ratifica.

Es importante indicar que las fuentes de Instituciones Privadas y las Directas o de primera mano no tienen mayor diferencia, mientras que las oficiales y documentales sí.

3.2.3 Géneros Periodísticos

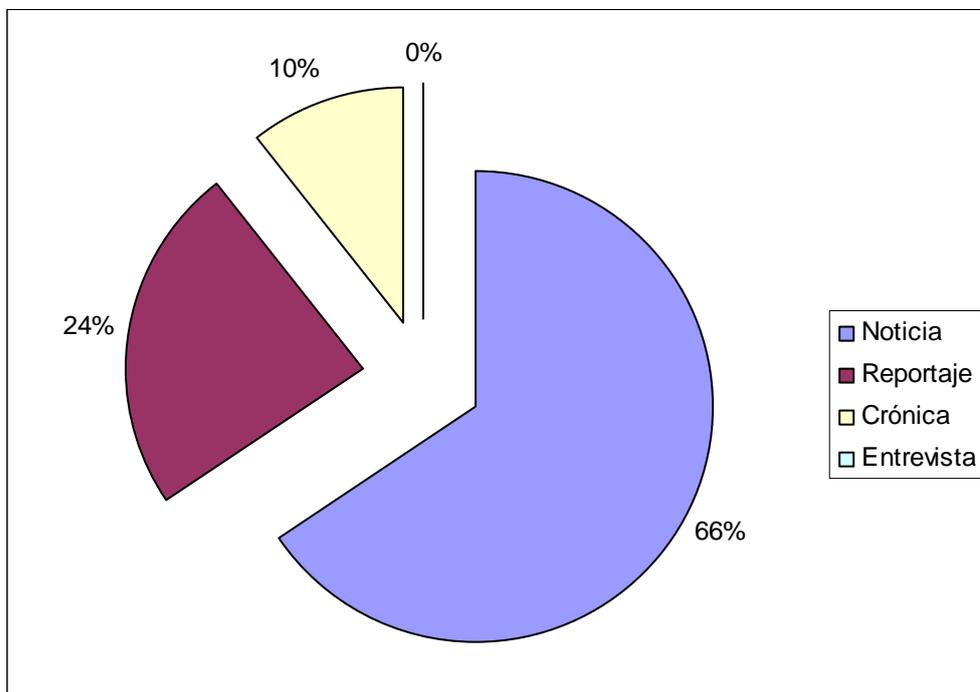
Tabla No. 5

REFORMA	No.
Noticia	44
Crónica	7
Reportaje	16
Entrevista	0

Géneros del diario REFORMA

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 5



Fuente: Tabla No. 5 Géneros del diario REFORMA.

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Géneros del diario REFORMA

Al momento de analizar los géneros periodísticos que emplea el medio tradicional para estructurar las noticias, encontré que el género Noticia prepondera con un 66%, esto se consideró al encontrar que los artículos están elaborados con información actual y precisa, relacionada al lugar de los hechos.

Con una estrecha diferencia, observé que el Reportaje es otra de las opciones, en cuestión de géneros, que emplean los periodistas al momento de redactar un artículo, un 24% lo indica, posteriormente un 10% la Crónica confirmaron que este género tuvo apertura en la portada, no fue así con la Entrevista, que quedó relegada, un 0% afirmó esta versión.

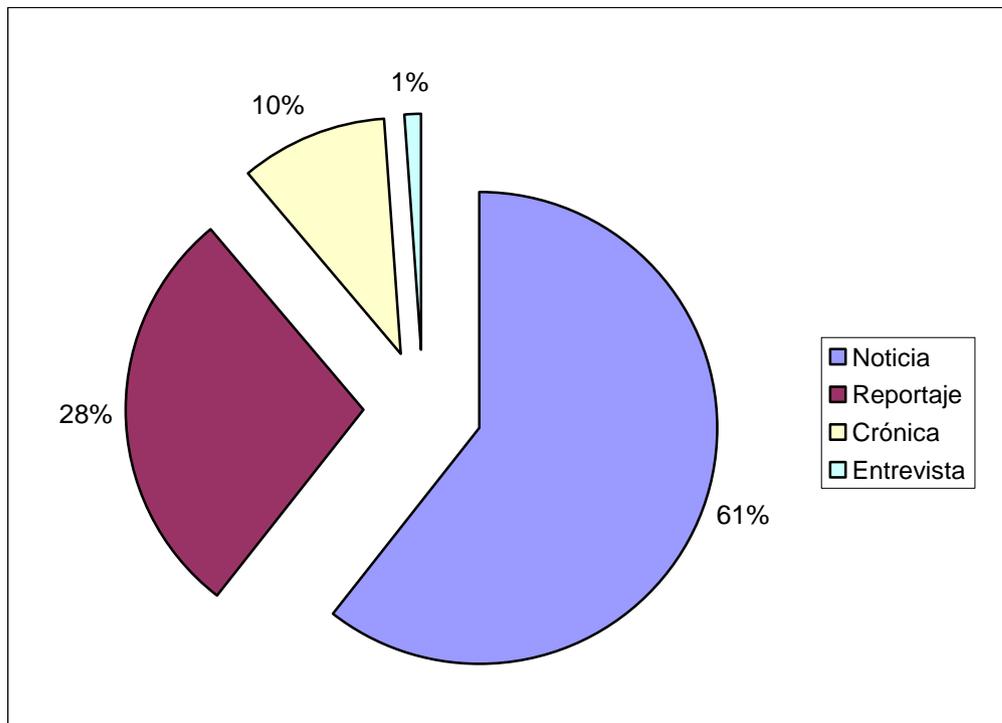
Tabla No. 6

REFORMA.COM	No.
Noticia	54
Crónica	9
Reportaje	25
Entrevista	1

Géneros del diario REFORMA.COM

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 6



Fuente: Tabla No. 6 Géneros del diario REFORMA.COM

Elaborado: María Fernanda Wandemberg.

Análisis del gráfico Géneros del diario REFORMA.COM

Como una de las características de ambos diarios mexicanos, el género Noticia se impone con un 61%, a diferencia del medio tradicional esta cifra es menor. La inclinación de los periodistas por aplicar el género Noticia es notoria, sus artículos conforman un alto valor actual y el lead periodístico que distinguen a este género.

A continuación tiene apertura el Reportaje, con un 28% cifra más relevante a comparación con el medio impreso. Una relativa similitud en recurrir a la Crónica, en un 10%, se observó entre los dos diarios, el de papel y el virtual. Olvidado de los otros géneros, se presentó la Entrevista, con el 1%.

Esta investigación me permitió conocer más sobre el discurso informativo que utiliza cada medio, como expliqué anteriormente el género Noticia es considerada notablemente por el diario impreso y digital.

3.2.4 Imágenes

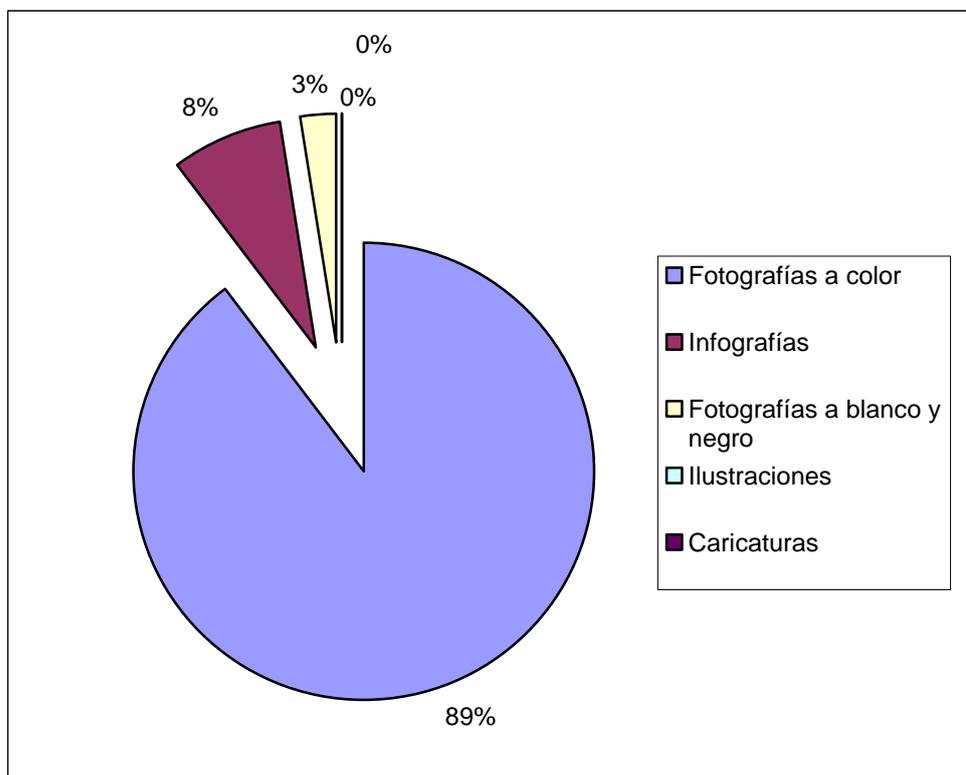
Tablas No. 7

REFORMA	No.
Fotografías a color	35
Fotografías a blanco y negro	1
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	3

Imágenes del diario REFORMA

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráficos No. 7



Fuente: Tabla No. 7 Imágenes del diario REFORMA

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Imágenes del diario REFORMA

En este medio, es evidentemente que la información textual se combina con la información gráfica. Un alto número de fotografías a color aparecen en la portada, para ser más específicos un 89%. Es importante hacer saber que este elemento gráfico predomina entre los demás de su género, por exponerse en repetidas ocasiones con se respectiva noticia.

En menor grado de interés, se colocó un 8% de infografías, las mismas que de vez en cuando tuvieron apertura en la página principal, en una escala menor, con un 3% se apreciaron las fotografías a blanco y negro. Las ilustraciones y las caricaturas no recursos que se complementaron a la página principal, pues no presencia.

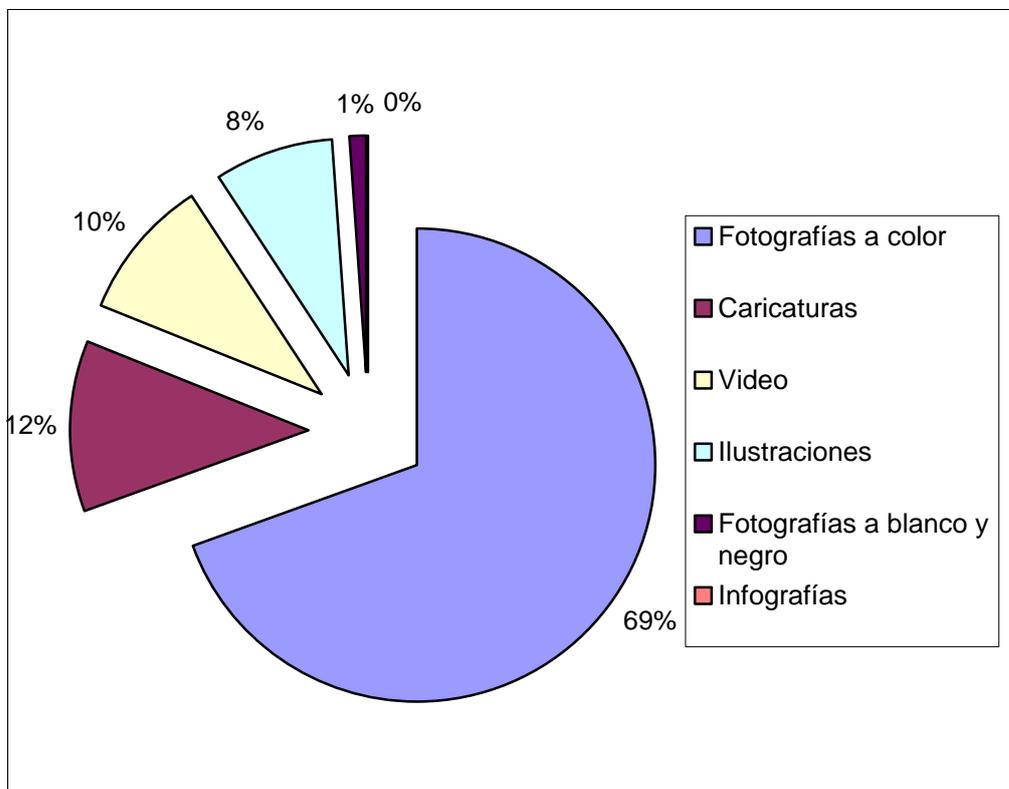
Tablas No. 8

REFORMA.COM	No.
Fotografías a color	136
Fotografías a blanco y negro	2
Ilustraciones	16
Caricaturas	23
Infografías	0
Video	19

Imágenes del diario REFORMA.COM

Fuente: Resumen de las tablas cuantitativas del 22 de agosto al 9 de octubre

Gráfico No. 8



Fuente: Tabla No. 8 Imágenes del diario REFORMA.COM

Elaborado: María Fernanda Wandemberg

Análisis del gráfico Imágenes del diario REFORMA.COM

La página de este medio es extensa y el contenido gráfico varía, entre sus más destacados elementos, la fotografías a color se exhibió con un 69%, cifra menor a la que se verificó en el medio tradicional, el motivo por el que este las fotografías superan los demás recursos gráficos, se debe a que varias de estas se fusionan con la mayoría del contenido textual.

En un menor porcentaje, 12% las caricaturas se aplicaron en la página principal, posteriormente con un 10% tuvieron espacio los videos, considerando que este es un medio digital, el número de videos debería tener un mayor porcentaje, a este elemento multimedia le siguen la ilustración, con un 8% y la fotografía a blanco y negro con el 1%. Las infografías no se exhibieron en esta página.

3.3 Análisis comparativo de las tablas cuantitativas de los diarios digitales elmundo.es y REFORMA.COM

3.3.1 Periodismo participativo

La mayoría de medios virtuales ofrecen información gratuita, sin embargo hay otros que cobran por su contenido, este es el caso de REFORMA.COM, que permite el acceso a sus páginas, únicamente a usuarios registrados. Con esta referencia no hay que menospreciar la frecuencia con la que los cibernautas interactúan en este diario.

Por esta razón han creado sitios estratégicos para los ciberciudadanos, donde pueden participar activamente de foros, encuestas, comentarios, entrevistas on-line, entre otros, también pueden enviar fotos o videos, y publicar blogs.

En base al análisis de esta página, comparto mi experiencia, para indicar que los blogs se están concentrando notablemente en este medio como herramienta de opinión, participación e interacción ciudadana, primeramente son revisados, para luego ser publicados en la página "tu espacio", sitio dedicado a este público. Con menor tráfico de información, se muestran, los correos vía mail a los periodistas, encuestas, test interactivos, consultorios on-line a especialistas y las cartas al director. Este último instrumento interactivo se publica literalmente.

Cada diario responde a las demandas de su público, con esto quiero indicar que en elmundo.es, tanto periodistas como usuarios, dan prioridad al envío de cartas al director, foros, debates. Otros recursos, como los correos vía mail a periodistas y blogs, no son el fuerte de este medio. Sobre los blogs, quiero señalar que en transcurso de la investigación pude notar que los mismos contenidos permanecen por algún tiempo. Sin embargo existen varios blogs que exclusivamente son para los ciberciudadanos, en este sitio el público tiene la oportunidad de opinar, sugerir y enviar noticias enfocadas al entorno que le rodea. Antes de publicar esta información, los periodistas de este medio se cercioran, de que el contenido cumpla con algunas reglas que exige este medio, las mismas se exhiben en cada sitio de manera visible, con el fin de que el usuario, tenga claro lo que puedo o no escribir, para posteriormente ver su nota publicada.

Con esta información se concluye, que cada diario maneja similares elementos, que promueven la interacción con los cibernautas, enfocándose principalmente a las demandas de este público, con el fin de fomentar la conversación, el intercambio de ideas, opiniones y lo más importante la interacción.

3.3.2 Comunicación móvil

La evolución de la comunicación, ha incluido nuevas herramientas que facilitan las labores periodísticas, una de ellas es el periodismo digital móvil. Este instrumento permite que cada periodista envíe información a las salas de redacción desde cualquier lugar. En ambos medios electrónicos se emplean los mismos dispositivos móviles, con el fin de obtener y enviar información ágilmente, entre las herramientas más comunes de trabajo, en lo referente a este punto son: laptop, celulares blackberry y Iphones. A través de los cuales hacen envíos no solo de noticias, sino también de fotos y videos.

Con base a la agenda del día, se asigna un equipo periodístico especial para que los fotógrafos hagan el envío desde el lugar de la cobertura, y no pierdan tiempo en el traslado. En el caso de los reporteros es diario el uso de celulares (blackberry o Iphone) para el envío de sus notas. Cuando hay coberturas especiales se asigna una mayor cantidad de recursos a la cobertura.

Además cada diario, puede enviar un sin número de información a usuario que se han suscrito a este servicio o han ajustado un PDA en sus dispositivos móviles. Este servicio a versiones móviles, está disponible a celulares blackberry, Iphone y Ipod Touch, por medio

de estos aparatos se puede acceder a una gran variedad de servicios como noticias más relevantes, o la que el usuario elija, alertas informativas, incluso hay la posibilidad de descargar videos, logos, fotos y personalizar el móvil.

3.3.3 Plataformas

Los diarios elmundo.es y REFORMA.COM han instaurando nuevos puntos de comunicación, para crear y poner en funcionamiento sitios Web, es así como Reforma.com migro de la plataforma Joomla a Wordpress, para disponer de una publicación más potente y una mejor gestión en general, ya que sirve para todo tipo de Webs, incluidos los blogs, portales y más.

Con otra tendencia el diario on line de elmundo.es apostó el desarrollo de su página a la plataforma Millenium.

Para compartir la información que contienen dichos diarios, actualmente están utilizando otras plataformas que contienen herramientas social media, por ello cada medio ha creado cuentas de usuario en Facebook, Twitter y You tube, para interactuar con la audiencia pública, estás herramientas pueden adoptar en sus contenidos, formas diferentes como blogs, noticias, chat, fotos y videos.

Algunos periodistas de cada medio poseen cuentas de usuarios individuales en Facebook, pero no específicamente para realizar coberturas por medio de ellas, sino como un servicio de uso personal. En el caso de REFORMA.COM la presencia de periodistas en Twitter, es para intervenir en el contenido de estas noticias, de manera que sean claras y concisas, no ocurre lo mismo con elmundo.es que cuenta con una herramienta propia para cubrir estas necesidades.

Con en afán de enganchar nuevas audiencias y ofrecer interacción, estos diarios aplican herramientas dentro de su sitio Web, estas son: Los blogs de periodistas, blogs de lectores, Podcast, RSS, audiod Galería, videogalería, fotogalería, streaming, on demand, entre otros.

Es evidente que la producción e integración de servicios Web, es similar en los dos medios, la constante integración de novedosas herramientas, van acorde a la evolución de la tecnología.

3.3.4 Hipertextualidad

De manera versátil, los enlaces relacionados, internos y externos de noticias que se publican en elmundo.es se interconectan con otros textos, en el análisis que se le realizó a este medio, no se encontraron enlaces intra texto, con la ausencia de esta herramienta, al lector no se le permite contextualizar el mensaje informativo, para comprender de mejor manera la noticia.

En comparación con el diario REFORMA.COM, puedo indicar que este elemento no se emplea en su totalidad, puesto que los enlaces intra-texto, no aparecen en los contenidos de estas páginas, en cambio los enlaces externos únicamente aparecen en documentos extensos o en la base de datos, mas no tienen presencia en los contenidos diarios, pero los enlaces relacionados e internos sí, estos permiten ahondar en un tema o encontrar información similar para profundizar la información.

Pese a ser medios internacionales, no cumplen con la justa utilización de la hipertextualidad.

El medio español, con relación a esta característica periodística, se esmera en incluir a sus artículos algunos de los enlaces ya mencionados, presenta noticias con apariencia digital, que tiene su respectivo subrayado o un color más llamativo. Otra manera de visualizar estos links, es dentro de un bloque o tablas cerca de cada noticia.

Con referencia al medio mexicano, al revisar cada artículo, presentan un modelo estático, sin barras de enlace, con una apariencia similar al del medio impreso. Un subrayado de color verde, ubicado debajo del nombre del periodista que redactó la noticia, confunde al lector con un hipertexto. Por otro lado, los enlaces relacionados que se encuentran dentro de bloques o tablas, cerca de cada noticia, contienen su barra enlazadora, haciendo que este contenido se identifique a simple vista y se diferencia de otros.

3.3.5 Multimedialidad

La multimedialidad del diario elmundo.es, es bastante completo, varios de estos elementos interactivos, se van integrando a todos los recursos de texto, gráficos animados, infografías animadas, fotogalería, audiogalería, animación, video on streaming, audio on streaming y mapas interactivos, aparecen de manera frecuente en la portada, siendo útil para el lector, porque permite ver todo de un vistazo sin necesidad de ir necesariamente a la noticia.

Este recurso también tiene su propio espacio en esta página Web, se lo puede encontrar en sección Multimedia destaca algunos de estos elementos, que ofrecen un material atractivo a los usuarios.

Al momento de emitir información la multimedialidad tiene un papel fundamental en el diario digital REFORMA.COM, ya que integra en sus páginas variados recursos como: infografías animadas, fotogalería, foto-móvil, audiogalería, textos, gráficos animados, video on streaming, video on demand, video móvil en vivo, audio on streaming, audio on demand y mapas interactivos, útiles para dinamizar y hacer más visual la información periodística. Este segundo diario incluye más elementos multimedia, con relación a elmundo.es. Pero ambos cuentan con algunos recursos propios.

Como medios migrantes, están explotando los recursos multimedia (los que se mencionaron arriba) que lo caracterizan como medio digital.

3.3.6 Inmediatez

En general este trabajo puso en evidencia que tanto REFORMA.COM y elmundo.es jerarquizan la inmediatez de sus contenidos, para que el usuario interactúe y controle la información que le conviene. Dentro del sitio Web de cada medio, y fuera de este se establecen las herramientas que controlan la inmediatez del contenido, estas son:

- Coberturas en tiempo real, urgentes y de última hora.
- Boletines noticiosos para versiones móviles, a correos electrónicos y a SMS
- Contenido informativo en Twitter, Twitter móvil, Facebook y RSS.
- Ventanas de última hora e informativas.
- Ranking de noticias.

Esta estrategia de producción ofrece noticias actualizadas, que de manera inmediata surgen en las herramientas ya mencionadas. En el transcurso de este análisis, fue fácil diferenciar la inmediatez con las que se podía acceder a cada información del diario digital Reforma.com, con mayor tiempo de espera, las páginas de elmundo.es mostraban su contenido. Ahora bien, al realizar una observación sobre la actualización de noticias, la hora y los minutos que se presentan debajo del logotipo de la organización (elmundo.es)

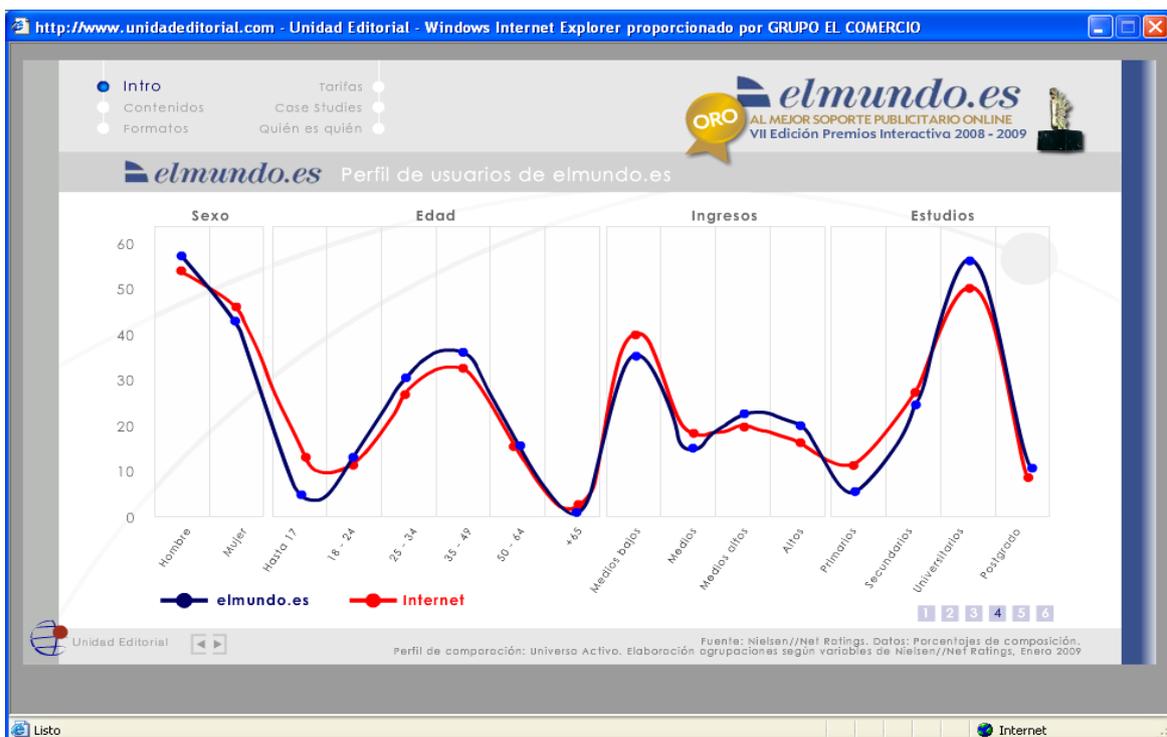
demuestran la actualización de las noticias, que se realiza las 24 horas del día en tiempo real. Su equipo de informáticos es de lo más avanzado del mercado, por esta razón supera con creces las actualizaciones de otras publicaciones.

Con este contexto no quiero dejar en desventaja al diario virtual REFORMA.COM, que de manera versátil muestra nuevos contenidos informativos en sus páginas. No tiene horarios establecidos de publicación, conforme se genera la noticia se va publicando, puede durar 10 minutos la información o 2 horas, el tiempo varía. Lo que es cierto, es que bajo la filosofía del tiempo real una nota no se puede mantener como principal por más de dos horas.

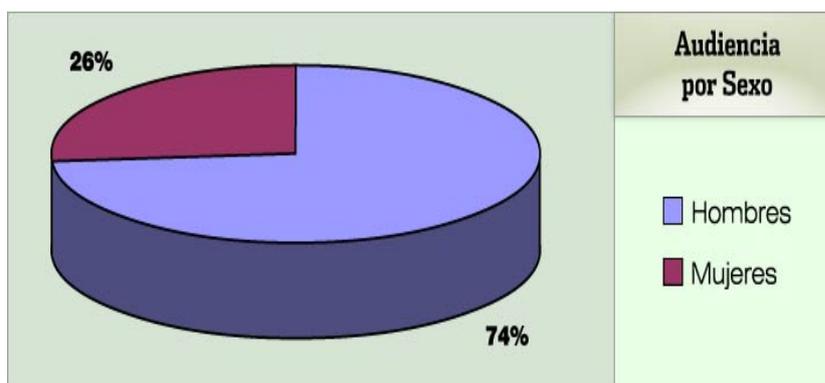
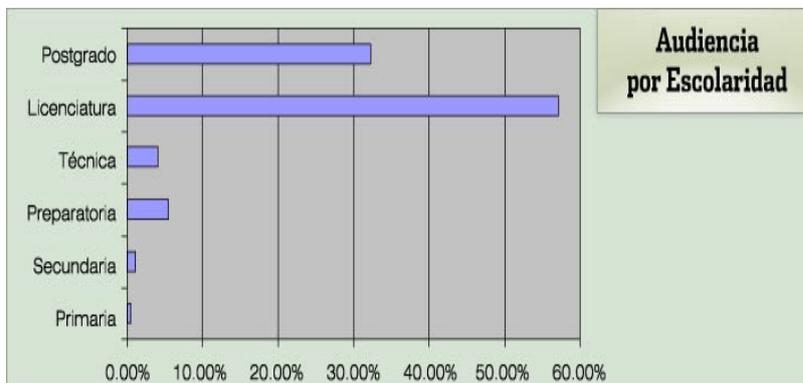
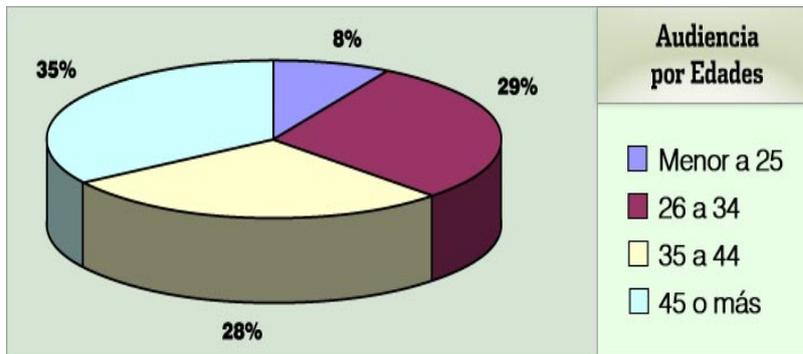
El diario mexicano, en horas de la madrugada, continua transmitiendo información en tiempo real, que predomina es la internacional y de justicia (por los horarios). Las notas exclusivas se publican a las 5 am. Otro mecanismo utiliza elmundo.es, cambiamos nuestra página constantemente, casi cada minuto.

La fusión del multimedia, el hipertexto y la inmediatez agilitan el tránsito de la información, y hacen que estos diarios sean únicos.

Estos gráficos muestran el perfil exacto de los consumidores de información, que cada vez se incrementan, gracias a los beneficios que ofrecen estas páginas Web.



Fuente: <http://www.unidadeditorial.com/publicidad/>



Fuente: <http://comercial.reforma.com/libre/comercial/publicidad/mediakit/perfiles.asp>

3.3.7 Conformación de las salas de redacción

En este contexto ambos medios electrónicos no coinciden del todo, pues el equipo periodístico que se desempeña en El Mundo y elmundo.es, compartían las salas de redacción, hasta hace dos años, actualmente la versión tradicional y la digital solo

comparten la misma infraestructura, más no la misma sala para redactar sus contenidos. Sin embargo es importante saber que sus periodistas escriben para los dos medios, es decir textos generados en Internet saltan a las páginas de papel y viceversa, además comparten los mismos parámetros de estilo periodístico.

Otra es la manera en que se desempeñan las salas de redacción de REFORMA y REFORMA.COM, pues estos diarios, mantienen una estructura integrada, donde se desempeñan editores, periodistas, reporteros, diseñadores, equipo técnico y más... No sucede lo mismo con otros diarios en línea, que se independizan por completo de sus matrices, no comparten la misma infraestructura, las mismas salas de redacción, ni el mismo estilo periodístico.

A diferencia del diario elmundo.es, REFORMA y REFORMA.COM utilizan un verbo en presente al inicio de sus titulares, al obtener mayor información por parte de un periodista de este medio, comprendí que esta técnica es una más del manual de periodismo que aplican ambos periódicos mexicanos, con el fin de transportar al lector a la actualidad, para dar frescura a la información.

En el diario digital español, están organizados por un equipo de periodistas, que trabajan en cuatro turnos y son coordinados por dos jefes de redacción, este mismo equipo genera varios servicios de alertas informativas, desde su lugar de trabajo o desde el lugar de los hechos, por medio de teléfonos móviles u otros dispositivos, para que los usuarios puedan leer desde cualquier parte del mundo y a horas muy diferentes a las de España.

Con relación al diario mexicano, los periodistas cumplen con una guardia nocturna y no tienen horarios específicos de trabajo. Por Intranet los reporteros depositan las notas redactadas, en el caso de que las envíen por dispositivos móviles, editores y coeditores se encargan de recoger la información para jerarquizarla, revisarla y subirla al sitio.

Frente al esquema de trabajo, pude observar que en forma esporádica, ambos diarios digitales publican la misma información que aparece en la versión tradicional, cuando las noticias son relevantes y no trascienden en información. Además, los periodistas tanto de los medios tradicionales como de los digitales están en continua preparación, ante el uso de las herramientas Web 2.0 y de nuevas tecnologías que ofrece la Web, para poder satisfacer de mejor manera al lector.

3.3.8 Géneros periodísticos

En lo que concierne al lenguaje periodístico, los diarios virtuales *elmundo.es* y *REFORMA.COM* han heredado las técnicas de redacción de sus medios nativos, y al mismo tiempo han incorporado entrevistas virtuales y un nuevo género dialógico, que son los foros.

Como se pudo evidenciar en las tablas cuantitativas de la semana compuesta, el género “noticia” mantiene su protagonismo indiscutible en las versiones tradicionales y digitales de ambos medios on line. Con esto puedo resumir, que están evolucionando poco a poco con la inserción de nuevos el lenguajes periodísticos.

Siguiendo este contenido, es importante acotar que para ser útiles informativamente, las versiones digitales fusionan la información textual, con las posibilidades de multimedia, interactividad, hipertextualidad y más elementos tecnológicos, para mejorar notablemente la calidad de sus contenidos.

Además de coincidir en el lenguaje periodístico los diarios electrónicos, también coinciden con las secciones que publican tanto en la versión tradicional, como en la digital (ver tablas análisis cuantitativo).

3.3.9 Accesibilidad de contenidos

Con el objetivo de proporcionar a los usuarios contenidos óptimos de acceso, estos diarios en línea, aplican en su sitio Web algunas herramientas accesibles, para todo público, incluso para personas con discapacidad.

No obstante, el diario digital mexicano, no cumple con la regla más elemental de accesibilidad, permitir el libre ingreso al público lector, puesto que la mayoría de este contenido es restringido, únicamente suscriptores al diario puede revisar sus páginas.

Lucero Longino, coeditora Web Titular de la portada, señala 3 razones importantes por las que *REFORMA.COM* cobra por su contenido:

1. Consideramos que nuestra información tiene valor. Es confiable, es útil para nuestros lectores y por ello creemos que, como cualquier otro servicio de calidad, es muy válido cobrar por él.

2. Aspiramos a ser un sitio autosuficiente, que como cualquier otra empresa subsane sus costos de operación con ingresos propios y no 'sangrar' económicamente a la edición impresa, como ocurre en otras empresas periodísticas. En Internet, la publicidad por sí sola no cubre los costos de hacer el sitio.

3. No queremos poner a competir al sitio con la edición impresa que sí cuesta. Existe un claro canibalismo entre la edición Web y print que debemos evitar porque al menos hasta ahora, los ingresos mayores los recibimos de las ventas y publicidad de la edición impresa. Actualmente los periódicos del mundo están discutiendo cómo hacer para cobrar por el ingreso a sus sitios.

La representante del medio mexicano también explica el motivo por el que proporcionan escasa información gratuita, que se publica en la portada “La información tiene un valor y calidad que también debe de ser compartida con aquellos que no se han decidido a ser suscriptores. De esta forma mostramos al público los beneficios informativos de los que puede ser acreedor, así como la variedad de materiales exclusivos de reforma.com que podría consultar, como son los reportajes en gráfico animado, videos, audios, fotogalerías. Otro criterio que se usa para la liberación de información es cuando se trata de información utilitaria, con el fin de dar servicio a aquellos que no son suscriptores. Ejemplo: Toda la cobertura de la influenza (entre abril y mayo) fue libre, desde notas, gráficos, videos, fotogalerías y guías”.

Al respecto, se debe mencionar que este no es el caso de elmundo.es, puesto que el modelo de este diario on line es la gratuidad, “en el futuro queremos contar con contenido Premium, lo que no quiere decir que vayamos a cobrar por los contenidos básicos”, solo nos interesa tener usuarios registrados y fieles, porque creemos que los lectores tienen que mostrar una confianza en nosotros para acceder a ciertos extras del periódico”, dijo Sergio Rodríguez, periodista de la sección Tecnología.

Mediante el análisis cualitativo llegué a la conclusión de que estos sitios, se empeñan por brindar cada vez más flexibilidad en la mayoría de sus contenidos, incluyendo versiones html, móviles, regionales, bilingües, ofreciendo herramientas para el reenvío de noticias a redes sociales y a mails, aplicando ediciones para discapacitados, entre otros. Esta última herramienta, puede ser utilizada correctamente por personas que sufren de problemas visuales y auditivos, por medio de un lector de voz se pueden escuchar las noticias que el usuario escoge. El elmundo.es cuenta con “Rosa” una locutora de noticias, mientras que REFORMA.COM pone a disposición un lector de voz.

Puedo decir que las versiones regionales juegan un papel importante, vinculado a este tema, puesto que también es un canal de acceso a la información, para aquellas personas que residen en otras localidades. Así REFORMA.COM ofrece diarios como elnorte.com y mural.com, estos comparten las mismas plataformas técnicas, pero hay independencia editorial para cada una de las plazas, la jerarquía en la información es diferente, cada uno destaca lo que la comunidad inmediata le interesa.

Cada plaza (reforma.com, elnorte.com y mural.com) tiene independencia en los productos de valor agregado y especial, no todos llevan los mismos gráficos animados, videos, fotogalerías.

El medio elmundo.es por su lado, ofrece contenido de para otras localidades, así como Madrid. Barcelona. Baleares. C. Valenciana. Castilla y León. País Vasco. Andalucía, las versiones que se publica a cada público lector, trabajan en equipos de edición Web diferentes.

La accesibilidad que se denota en estos sitios Web, son cada vez más usables, por esta razón 20 leyes heurísticas sobre usabilidad, servirán para verificar si cada diario digital pone en práctica estos instrumentos de diseño, para ofrecer calidad a los cibernautas.

1.- El logotipo de la organización deberá estar enlazada con la página de inicio.

REFORMA.COM y elmundo.es: En cualquiera de las páginas de estos diarios virtuales, aparece notablemente, en el lado superior derecho o izquierdo, el logotipo de la empresa, con un link me enlaza directo al home.

2.- Actualizar regularmente el contenido que sus usuarios utilizan con más frecuencia.

Por enfrentarse a un escenario cada vez más competitivo, ambos diarios ofrecen noticias totalmente actualizadas.

REFORMA.COM: Muestra el detalle de la actualización en la portada, un marco ubicado en el segundo scroll, indica varios titulares que se complementan con la hora y los minutos.

elmundo.es: También ubica esta información en la portada, pero es más específico, la hora y los minutos aparecen debajo del logotipo del diario, a primera vista.

Esta referencia (hora de actualización) también aparece en cada publicación de ambos diarios.

3.- Cerciórese de que el contenido de las secciones esenciales del sitio, no se encuentren a más de tres “clicks” (niveles de enlace) de la página principal.

REFORMA.COM y elmundo.es: En la mayoría de los casos, con 2 a veces con 3 links se puede acceder a la información que requiere el usuario. Si los niveles de enlace sobrepasaran los 3 links, los lectores desistirían de obtener esta información, a no ser que sea realmente importante.

4.- La navegación del sitio (menú) debe ser colocada en un área inmediatamente visible, usualmente a lo largo de la parte superior de la página o bien a lo largo del lado izquierdo de la ventan “Browser”.

REFORMA.COM: Hay dos menús, en la parte superior de la portada. El que se encuentra encima del logotipo de la organización, personalmente lo llamo el de primer orden, su distintivo es una franja larga de color gris, que contiene la fecha, avisos de ocasión, anuncios y los buscadores. Debajo del logotipo del diario, se ubica el menú de segundo orden (el más relevante), así mismo en la parte superior de la portada, esta surge de una franja larga de color verde claro y contiene información sobre algunas secciones y servicios.

elmundo.es: Así mismo, este medio cuenta con dos menús, en la parte superior de la portada. El primero tiene una franja larga color azul marino, donde se exhiben gráficos multimedia, blogs, especiales, encuentros, obituarios, RSS, tu mundo, hemeroteca y el tiempo, y el segundo aparece en una franja larga color gris, donde se ubican las todas las secciones, debajo de esta barra se encuentran otros submenús, donde constan la edición España y a continuación algunas se sus localidades, al final de la misma se encuentran los suplementos. Actualmente en este el último espacio, aparece la edición América, que por cierto el 22 de este mes se estrenó.

5.- El logotipo de la organización debe ser localizado en la esquina izquierda superior de cada página, y se recomienda emplear en lo posible las medidas estándar de 60x60 pixels.

REFORMA.COM: Este medio no cumple en su totalidad con el parámetro establecido, ya que la ubicación del logotipo varía, en algunas páginas se ubica en la esquina izquierda superior, y en otras en la esquina derecha superior. Otro dato sobre este logo, es que sobrepasa la medida estándar, porque presenta 190x30.

elmundo.es: Este logotipo siempre se localiza en la esquina izquierda superior de cada una de sus páginas, pero se excede con la medida estándar, porque presenta 280X37.

6.- La distribución de los diversos elementos de contenido en el interfaz, deberán ser organizadas jerárquicamente con el fin de que los usuarios lo perciban y asimilen con REFORMA.COM y elmundo.es: Ambos medios cumplen con la pregunta establecida, priorizan las noticias con su correspondiente gráfico o sin él, luego los comentarios que exponen los usuarios y posteriormente otros contenidos de información.

7.- Todas las imágenes deberán contar con un texto descriptivo, mediante el empleo del atributo “ALT” para que los navegadores con la opción de descargar imágenes, desactivada o de solo texto lo puedan leer, así como sistemas alternativos especializados para usuarios con discapacidad.

REFORMA.COM: En la portada ninguna imagen cuenta con texto descriptivo, en otras páginas una que otra imagen si lo hacen.

elmundo.es: Generalmente, en la portada y en otras páginas de este diario, cuando se posiciona el ratón sobre la imagen, aparece un texto descriptivo.

8.- Cada una de las páginas del sitio Web deben contar con títulos de página diferentes y descriptivos del contenido de la misma.

REFORMA.COM y elmundo.es: Si cumplen los parámetros establecidos.

9.- El nombre de cada página debe tener el nombre de la Marca de la empresa u organización, así como también algunas palabras claves, referentes al contenido expuesto en la página. El nombre deberá ser el propio, sin pronombres (el, la, una, etc.) para que permita la facilidad de indexado, tanto en motores de búsqueda como de listas de favoritos “bookmarks” (El Methodus... NO! Methodus SÍ!)

REFORMA.COM: El nombre de la empresa surge en cada una de sus páginas, en la misma también hay palabras referentes a este contenido. El logotipo de este diario es el correcto según lo planteado en la pregunta.

elmundo.es: De la misma manera, el nombre de la empresa surge en cada una de sus páginas, en esta se encuentran palabras referentes a este contenido. Su logotipo contiene un pronombre “elmundo.es”.

10.- Todo sitio público deberá ser creado pensando en una conexión a Internet promedio de 56 kbps o menos. Entre más rápido cargue el sitio mejor, ya que empezaremos a satisfacer la necesidad prioritaria del visitante, esto es, obtener la información que busca.

REFORMA.COM y elmundo.es: Si tengo un ancho de banda menor o igual a 56 kbps, va a ser demoroso poder revisar estas páginas Web, por su lentitud. En lo concerniente a la velocidad de conexión en la que trabajan estos sitios Web, optan por transferir información, a través de la “fibra óptica”.

11.- En una página tipo galería de fotos o similar, evite el empleo de imágenes grandes que descarguen lentamente. Emplee imágenes pequeñas (thumbnails) que sugieran su ampliación a conveniencia de los usuarios.

REFORMA.COM: Todos las imágenes que contiene este medio, son grandes, pero hay inmediatez al momento de descargarse. En ninguna hay la opción de ampliar este elemento.

elmundo.es: Hay imágenes mixtas, unas se presentan en grande y otras en pequeñas, esta últimas si pueden ser ampliadas.

12.- Considere en el diseño del sitio que el contenido sea adaptable a las diversas resoluciones (tamaños de pantallas) empleadas por los usuarios. En el caso de usar listas en tablas, no utilice tamaños fijos en las mismas (para efectos de crecimientos de texto o “interfaces elásticas” que se adapten al ancho de la página).

REFORMA.COM y elmundo.es: No se adaptan a todos los tamaños de pantallas. Estos diarios están creados para pantallas de 1.024X768. Antes los sitios Web se establecían con 800X600, esta medida la adapté a mi pantalla y al entrar a estas páginas el contenido se presentó en un tamaño demasiado grande.

13.- El sitio debe ser accesible por browsers alternativos (Firefox, Internet Explorer, Mozilla, Opera, Safari, Netscape, etc...) y sistemas operativos (Linux, Windows, Macintosh, etc) sin trabas o exclusiones técnicas de ningún tipo.

Para una mejor utilización de cada uno de los sistemas operativos es necesario su propio instalador como:

- Windows XP: Internet Explorer default.
- Linux: Opera default.

- Linux Debian version 5.3: web Epiphany o Web ice weasel.
- Linux: Firefox Mozilla.
- Macintosh: Safari.
- Google Chrome: Chrome 2010

Cada una de las plataformas puede ser utilizada con diferente navegador.

El sistema operativo Windows es pagado y no se puede modificar su estructura, este posee Internet Explorer y Firefox Mozilla, en los dos navegadores, las dos páginas Web presentan una calidad normal de contenido, pero al momento de navegador Internet Explorer la información no se presenta instantáneamente, porque este servidor primero almacena toda la información de la página, y una vez que tiene recopilada toda la información, ahí la presenta al usuario. En cambio el navegador Firefox Mozilla, los banners son diferentes al del Explorer, muestra las páginas inmediatamente y poco a poco se van descargando todos los contenidos.

Por otro lado, el sistema operativo Linux, con navegador Opera, presenta una calidad de imagen regular, las aplicaciones desaparecen y la velocidad es lenta.

Finalmente el sistema operativo Macintosh, con el navegador Safari, muestra otra tipografía y gráficos más limpios, su velocidad es rápida.

14.- Emplee fuentes (tipográficas) en los textos del sitio Web, que sean comunes a todos los usuarios (Ejemplo: Helvetica, Verdana, Arial, Times New Roman, Georgia) ya que las mismas son empleadas por la mayoría de los sistemas operativos, permitiendo la accesibilidad al contenido sin problemas de compatibilidad.

REFORMA.COM y elmundo.es: Se rigen a las medidas de accesibilidad y usabilidad.

15.- En el caso de sitios que cuentan con amplia cantidad de información, incluya un mecanismo de búsqueda en la página de inicio (o principales secciones, a conveniencia), analice su comportamiento y sugiera una opción avanzada con las respuestas a las preguntas más comunes (Frequently Asked Questions).

REFORMA.COM: Cuenta con un mecanismo de búsqueda interna, desde la más sencilla hasta la más avanzada, explora información por tipo, (medio impreso y digital, de la fotogalería, audios y videos, gráficos animados y editorialistas), por sección (internacional,

nacional, ciudad, justicia, etc), por publicación (el norte, palabra y mural). También hay un calendario con día, mes y año, tips de búsqueda y nueva búsqueda, que contiene encabeza, texto y autor. Finalmente puedo indicar que junto a este explorador, esta otro (Google).

elmundo.es: Su buscador interno es simple. A este medio le sugeriría utilizar un explorador avanzado, igual al de Reforma.com.

16.- Evite el uso de términos para vínculos tales como “clic aquí”, “más información” “ver detalles”, los cuáles son genéricos. Procure que el texto del vínculo describa el destino del enlace (Ejemplo: “clic aquí para ampliar foto” NO, “Ampliar fotografía de la actividad” SÍ.

REFORMA.COM: Hay términos que no especifican el destino del enlace como “ver información” y “más eventos”.

elmundo.es: Del mismo modo, se encuentran términos como “más servicios”, “más resultados” y “más especiales”.

17.- El uso de ventanas “pop-ups”, deben utilizarse con cuidado. Nunca emplee ventanas “pop-ups” en enlaces de contenido interno. En caso de que su empleo sea necesario y según las circunstancias que se presenten, se debe indicar al usuario que la ventana será abierta en una ventana separada.

REFORMA.COM: No emplea pop-ups.

elmundo.es: En reiteradas ocasiones, me he llevado la sorpresa de encontrar estas ventanas pop-ups, al ingresar a la portada, su duración en el sitio es de 30 segundos. Son grandes y cualquier otro usuario que no conoce bien este sitio, se confundiera, no sabría si entro a la página de elmundo.es o a la que se presenta en el pop-ups. Este medio primero debería guardar su integridad, como medio de comunicación, y no emplear estas ventas pop ups que impacientan al usuario.

18.- En lo posible, no utilizar “Framesets” (marcos), pues son virtualmente imposibles de utilizar por los “Spiders” (robots de buscadores en Internet) en su proceso de indexado, además de que son difíciles de desplegar e interpretar por algunos browsers.

REFORMA.COM y elmundo.es: Al revisar el lenguaje HTML no se encontraron framesets (marcos).

19.- Desarrolle el sitio mediante la creación de plantillas que empleen formatos estándar para presentación (hojas de estilo –CSS-) y estructura de contenido (XHTML), los cuales permitirán que el sitio sea accedido correctamente, y agregar credibilidad en la percepción del usuario.

REFORMA.COM y elmundo.es: Sí usan CSS Y XHTML para todos los servicios, incluso para PDAs y móviles.

20.- Cree paralelamente al desarrollo del sitio una hoja de estilos (CSS) que permita imprimir el contenido correctamente, eliminando elementos innecesarios en una impresión (menús, etc) y en hojas de tamaño estándar (81/2X11).

REFORMA.COM: Hay una opción que cualifica el contenido, permite que el usuario imprima solo texto.

elmundo.es: Al momento de mandar a imprimir un contenido, lo hace directo.

CONCLUSIONES

Luego del análisis efectuado y después de definir los resultados de cada capítulo, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En estos 9 años de experiencia en la Web, Reforma.com trabaja en un escenario cada vez más competitivo, por ello ha visto la necesidad de ofrecer información visual, interactiva, precisa, actualizada, especializada, pero no totalmente asequible a todos los usuarios. En el 2003 este medio de comunicación virtual empezó a cobrar por la mayoría de sus contenidos, desde entonces solo usuarios registrados pueden acceder a esta información, escasas noticias son gratuitas.
- Las páginas Web Reforma.com y elmundo.es cuentan con la presencia de nuevas tecnologías que proporciona el Internet, pero el equipo periodístico que estructura las noticias, no son del todo innovadores en este ámbito.
- La incursión de las nuevas tecnologías en el área de la comunicación social, fueron una iniciativa para que los diarios impresos Reforma y El Mundo, ofrecieran contenido totalmente actualizado en una versión digital. Desde su aparecimiento, la información que se publican en el medio digital, saltan a las páginas del medio tradicional y viceversa, sin ninguna modificación, tal cual se redactó.
- El empleo de herramientas que fomentan la participación ciudadana, es notoria en ambos medios virtuales, cartas al director, encuestas, foros, blogs, entre otros, promueven la interacción de los ciberciudadano. De manera más influyente se le distingue a los blogs, nichos de información, que tienen su propio espacio en la mayoría de diarios en línea, es así que como medida de participación ciudadana, en los blogs se publican opiniones, comentarios y denuncias. En varias ocasiones, las publicaciones que son relatadas por los ciudadanos, tienen relevancia, puesto que son testigos directos.
- Mediante la investigación, pude verificar que los diarios virtuales no cumplen a cabalidad con los parámetros sobre la accesibilidad y usabilidad que se realiza en el sitio Web de estos medios.

RECOMENDACIONES

- Según la bibliografía revisada, pude apreciar algunos comentarios de ciudadanos mexicanos, que demandaban el libre acceso a este contenido, fundamentándose en que esta información es de calidad. Personalmente, este medio digital ganaría más audiencia si sus contenidos fueran abiertos, muchos usuarios no están dispuestos a pagar por información que se puede encontrar en otros medios, por ello optan en revisar otras publicaciones y a la final terminan siendo lectores fijos. En esta era vanguardista, muy pocos diarios cobran por sus páginas, Reforma.com debería tomar en cuenta las demandas que hacen los usuarios para ofrecer un servicio gratuito, caso contrario perderá de poco su audiencia.
- Pese a la capacitación constante que tiene el equipo periodístico que labora en ambos medios, es factible que estos comunicadores, se enfoquen únicamente a este contenido, puesto que cuentan con un conocimiento más amplio sobre el periodismo digital, algunos tendrán experiencia en otros medios y pueden compartir y explotar de mejor manera los recursos que ofrece la Web. No es lo mismo contar con un emprendedor (periodistas del medio impreso), que primeramente tendrá que conocer sobre la materia, luego aplicarla y con el tiempo perfeccionarse.
- Es importante que cada medio se identifique, con su propio manual de estilo. Poco a poco han ido adoptando nuevos cambios, no encuentro la razón por la que hasta ahora la versión on line tenga que estar ligada a la versión tradicional, hasta en la estructura de sus contenidos.
- En virtud de ello, los medios elmundo.es y Reforma.com, podrían pensar en la opción de valorar el 100% las noticias que los ciberciudadanos envían, publicándolas en la portada, dependiendo la relevancia que estas tengan, por supuesto.
- En base a esta investigación, se recomienda que cada medio electrónico, vaya incluyendo en su contenido las 20 leyes heurísticas sobre usabilidad, con el propósito de que los usuarios con capacidades completas y diferentes, puedan obtener la información que buscan, con un mínimo esfuerzo y máximos resultados.

BIBLIOGRAFÍA

Textos

- Armentia José, Elexgaray Jon; Pérez Juan Carlos (1999) "Diseño y periodismo electrónico". 1ª edición. Servicio Editorial "Universidad del País Vasco"
- Buitrón Rubén Darío (2005) "Periodismo por dentro", edición 43. Editorial "Quipus"
- Iglesias Francisco (2001) "Marketing Periodístico". 1ª edición. Editorial "Ariel S.A"
- Universidad Técnica Particular de Loja (2003-200) Guía didáctica "Géneros Periodísticos I."

Internet

- www.elmundo.es
- www.reforma.com
- <http://www.google.com.ec/>
- www.wikipedia.org
- <http://ciberprensa.com/la-redaccion/>
- <http://www.tuobra.unam.mx/obrasPDF/publicadas/040715111347.html>
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.razonypalabra.org.mx/index.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>
- <http://www.oui-iohe.org/forotics/>

- <http://red-accion.uncoma.edu.ar/index.html>
- <http://wapedia.mobi/es/>
- <http://web.jet.es/inforpesca/index.htm>
- <http://www.rppnet.com.ar/#>
- <http://www.igooh.com/notas/>
- <http://www.hipertext.net/web/pag100.htm>
- www.ccb86.blogspot.com/

ANEXOS

1.- TABLAS ANÁLISIS CUANTITATIVO DE EL MUNDO Y elmundo.es

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Sábado 22 Agosto 2009

EL MUNDO

elmundo.es

Ecuador: 14:20/ 15:00

Ecuador: 15:10/16:05

España: 21:20/22:00

España: 22:10/23:05

Medios Impreso # 7.187		Medio Digital Actualización de la página: Las 24 horas del día, en tiempo real.	
Frase: Pocos ven lo que somos, pero todos ven lo que aparentamos. (Maquiavelo)			
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (España) • (Mundo) • (Opinión) 	<p>1</p> <p>4</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (España) • (Mundo) 	<p>1</p> <p>7</p> <p>3</p> <p>7</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>6</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>8</p> <p>3</p> <p>7</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>3</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6</p> <p>10</p> <p>4</p>

IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> Fotografías color Fotografías blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía 	a a 1	<ul style="list-style-type: none"> Fotografías color Fotografías blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía Video 	a a 5 16 3 1 28

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Domingo 30 Agosto 2009

EL MUNDO

elmundo.es

Ecuador: 12:50/ 13:30

Ecuador: 13:45/14:35

España: 19:50/20:30

España: 20:45/21:35

Medios Impreso # 7.195 Frase: Jamás viene la fortuna a manos llenas, ni concede una gracia que no haga expirar con un revés. (William Shakespeare)		Medio Digital Actualización de la página: Las 24 horas del día, en tiempo real.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (España) (Opinión) (Cultura) 	1 3 1 1	<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (España) (Mundo) (Salud) (Cultura) 	1 9 3 4 1 1
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) 	4	<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) 	9

<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	1	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	4
	1		5
			1
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	4	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	8
	1		3
	1		7
			1
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	1	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	29
			1
	1		15
			2
			3

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Lunes 7 Septiembre 2009

EL MUNDO

elmundo.es

Ecuador: 14:30/ 15:05

Ecuador: 15:10/16:00

España: 21:30/22:05

España: 22:10/23:00

Medios Impreso # 7.203		Medio Digital Actualización de la página: Las 24 horas del día, en tiempo real.	
Frase: Un partido es la locura de muchos en beneficio de unos pocos (Alexander Pope)			
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Deportes • Otros • (Opinión) • (España) 	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (Mundo) • (Cultura) 	1
			3
	1		4
	4		2

		(España)	6
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	4 2	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	10 4 2 1
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	3 1 2	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	4 6 4 1
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	1 1	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	27 4 15 2 4

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Martes 15 Septiembre 2009

EL MUNDO

elmundo.es

Ecuador: 13:00/13:25

Ecuador: 13:30/14:40

España: 20:00/20:25

España: 20:30/21:40

Medios Impreso # 7.211		Medio Digital Actualización de la página: Las 24 horas del día, en tiempo real.	
Frase: La libertad no existe cuando aparece la igualdad. (Antoine Vincent Arnault)			
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO

<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (Opinión) • (España) • (Mundo) 	<p>1 6 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (España) • (Mundo) • (Solidaridad) • (Salud) • (Ciencia) • (Cultura) 	<p>2 3 5 4 1 2 1 1</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>3 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>5 4 9 1</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>5 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>13 1 5</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>1 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	<p>35 2 17 2 1</p>

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Miércoles 23 Septiembre 2009

EL MUNDO

elmundo.es

Ecuador: 13:30/ 14:00

Ecuador: 15:00/15:40

España: 20:30/21:00

España: 22:00/22:40

Medios Impreso # 7.219		Medio Digital Actualización de la página: Las 24 horas del día, en tiempo real.	
Frase: A veces, el silencio es la peor mentira. (Miguel Unamuno)			
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (Mundo) • (Opinión) • (España) • (Ciencia) 	<p>1</p> <p>1</p> <p>3</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (Mundo) • (España) • (Cultura) • (Salud) • (Solidaridad) • (Ciencia) 	<p>1</p> <p>3</p> <p>6</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>2</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>5</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>3</p> <p>4</p> <p>12</p> <p>1</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>4</p> <p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>8</p> <p>1</p> <p>11</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a 	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a 	<p>37</p>

blanco y negro		blanco y negro	2
• Ilustraciones	1	• Ilustraciones	15
• Caricaturas		• Caricaturas	2
• Infografía		• Infografía	2
		• Videos	3

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Jueves 1 Octubre 2009

EL MUNDO

elmundo.es

Ecuador: 14:00/ 14:40

Ecuador: 15:00/16:00

España: 21:00/21:40

España: 22:00/23:00

Medios Impreso # 7.227		Medio Digital. Actualización de la página: Las 24 horas del día, en tiempo real.	
El hombre que pretende ver todo con claridad, antes de decidir, nunca decide. (Henri-Frederich Amiel)			
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
• Política	1	• Política	3
• Economía		• Economía	
• Sociedad	1	• Sociedad	13
• Sucesos		• Sucesos	
• Deportes		• Deportes	
• Otros	5	• Otros	3
• (España)		• (Mundo)	
• (Opinión)	1	• (España)	7
		• (Cultura)	1
		• (Ciencia)	1
FUENTES		FUENTES	
• Directas (primera mano)	6	• Directas (primera mano)	12
• Instituciones públicas	2	• Instituciones públicas	11
• Instituciones privadas		• Instituciones privadas	
• Documentales		• Documentales	

GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6 1 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>11 1 9</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>1 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • videos 	<p>30 3 16 1 3 3</p>

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Viernes 9 Octubre 2009

EL MUNDO

elmundo.es

Ecuador: 14:30/ 15:05

Ecuador: 15:15/16:10

España: 21:30/22:05

España: 22:15/23:10

Medios Impreso # 7.235		Medio Digital Actualización de la página: Las 24 horas del día, en tiempo real.	
Frase: Antes de negar con la cabeza, asegúrate de que la tienes. (Truman Capote)			
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (Mundo) • (España) • (Opinión) 	<p>1 5 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros • (Mundo) • (Solidaridad) • (Vivienda) • (España) • (Salud) • (Cultura) 	<p>1 1 4 1 1 9 1 1</p>

		(Ciencia)	1
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	3 3 1	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	8 4 7 1
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	3 2 2	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	10 1 9
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color a • Fotografías blanco y negro a • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	1 1	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color a • Fotografías blanco y negro a • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	27 3 16 2 2

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

2.- TABLAS ANÁLISIS CUANTITATIVO DE REFORMA Y REFORMA.COM”

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Sábado 22 Agosto 2009

REFORMA

REFORMA.COM

Hrs. 18:30 / 19:35

Hrs. 20:05 / 20:40

Medios Impreso # 5.723		Medio Digital Actualización de la página: Constantemente de 10 minutos o 2 horas.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Nacional) • (Ciudad) • (Estados) • (Moda) • (Gente) 	<p>1</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Nacional) • (Ciudad) • (Internacional) • (Cultura) 	<p>2</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>1</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>6</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>5</p> <p>3</p> <p>3</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6</p> <p>2</p> <p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6</p> <p>2</p> <p>3</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones 	<p>7</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones 	<p>18</p> <p>2</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Caricaturas • Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> • Caricaturas • Infografía • Videos 	3
			2

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Domingo 30 Agosto 2009

REFORMA

REFORMA.COM

Hrs. 19:40 / 20:15

Hrs. 20:20 / 21:18

Medios Impreso # 5.731		Medio Digital Actualización de la página: Constantemente de 10 minutos o 2 horas.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Cultura) • (Nacional) • (Gente) • (Internacional) 	<p>1</p> <p>1</p> <p>5</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Justicia) • (Nacional) • (Ciudad) • (Cultura) • (Ciencia) • (Estados) 	<p>2</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>4</p> <p>4</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>6</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>1</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6</p> <p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>7</p> <p>2</p> <p>4</p>
IMAGEN		IMAGEN	

<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	a	6	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	a	20
	a			a	1
					2
					3
					1

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Lunes 7 Septiembre 2009

REFORMA

REFORMA.COM

Hrs. 19:20 / 20:00

Hrs. 20:05 / 20:50

Medios Impreso # 5.739		Medio Digital Actualización de la página: Constantemente de 10 minutos o 2 horas.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Justicia) • (Ciudad) • (Nacional) • (Negocios) • (Gente) 	<p>1</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Negocios) • (Nacional) • (Ciudad) • (Justicia) • (Internacional) 	<p>2</p> <p>1</p> <p>6</p> <p>5</p> <p>1</p> <p>1</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>4</p> <p>1</p> <p>5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>4</p> <p>3</p> <p>9</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	

<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>5</p> <p>3</p> <p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>12</p> <p>4</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>4</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	<p>19</p> <p>1</p> <p>3</p> <p>3</p> <p>6</p>

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Martes 15 Septiembre 2009

REFORMA

REFORMA.COM

Hrs. 19:15 / 19:50

Hrs. 20:00 / 20:35

Medios Impreso 5.747		Medio Digital Actualización de la página: Constantemente de 10 minutos o 2 horas.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Justicia) • (Gente) • (Ciudad) • (Nacional) • (Negocios) 	<p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Internacional) • (Justicia) • (Ciudad) • (Gente) • (Nacional) 	<p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>5</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones 	<p>2</p> <p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones 	<p>4</p> <p>5</p>

privadas • Documentales	4	privadas • Documentales	4
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
• Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista	6 3	• Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista	9 2 2
IMAGEN		IMAGEN	
• Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía	5 1	• Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos	21 3 3 1

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Miércoles 23 Septiembre 2009

REFORMA

REFORMA.COM

Hrs. 19:05 / 19:35

Hrs.20:00 / 20:40

Medios Impreso # 5.755		Medio Digital Actualización de la página: Constantemente de 10 minutos o 2 horas.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
• Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Justicia) • (Ciudad) • (Estados) • (Internacional) • (Gente)	1 3 1 2 1 1	• Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Justicia) • (Negocios) • (Nacional) • (Ciudad) • (Internacional)	2 2 5 1 1
FUENTES		FUENTES	

<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	4	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	3
	3		1
	2		7
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	6	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	2
	1		2
	2		6
			1
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	4	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	20
	1		
			2
			4
	1		1

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Jueves 1 Octubre 2009

REFORMA

REFORMA.COM

Hrs. 19:30 / 20:10

Hrs. 20:15 / 21:05

Medio Impreso # 5.763		Medio Digital Actualización de la página: Constantemente de 10 minutos o 2 horas.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Chancha • Otros • (Cultura) • (Negocios) • (Nacional) • (Ciudad) 	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Cancha • Otros • (Negocios) • (Nacional) • (Ciudad) • (Internacional) 	1
	1		4
	3		3
	3		1

(Justicia) (Internacional)	1 1	(Cultura)	1
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	2 6 3	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	2 5 5
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	9 2	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	7 5
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color a • Fotografías blanco y negro a • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	3	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color a • Fotografías blanco y negro a • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	17 2 4 6

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

Fecha: Viernes 9 Octubre 2009

REFORMA

REFORMA.COM

Hrs. 19:25 / 20:00

Hrs. 20:10 / 21:20

Medios Impreso # 5.771		Medio Digital Actualización de la página: Constantemente de 10 minutos o 2 horas.	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Cancha • Otros • (Nacional) • (Justicia) • (Ciudad) • (Estados) • (Cultura) 	<p>3</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Cancha • Otros • (Nacional) • (Cancha) • (Negocios) • (Internacional) • (Gente) • (Cultura) • (Ciencia) 	<p>6</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>4</p> <p>4</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>6</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>3</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6</p> <p>1</p> <p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>11</p> <p>1</p> <p>1</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color a • Fotografías blanco y negro a • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color a • Fotografías blanco y negro a • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<p>21</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>2</p>

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

3.- TABLAS ANÁLISIS CUALITATIVO DE elmundo.es

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real)	Sí, cuando son noticias de gran trascendencia, se publican en la portada. Ejemplo: "Elecciones Europeas del 4-7 junio", esta información se la puede seguir minuto a minuto. Por transmitir contenido en vivo, son de gran demanda por el público lector.	Estos contenidos son de acceso gratuito.
Urgente	Sí, este contenido aparece debajo del menú principal de la portada. Visualmente esta barra llama la atención del lector, "Urgente" ya que está dentro de un cuadro teñido de rojo.	
Última hora	Sí, estas noticias tienen un alto contenido actual de la noticia, por orden jerárquico aparecen en la portada. También tiene su propio espacio en el ranking de noticias, al enlazar este contenido se puede mirar la hora en la que fue publicada.	
Coberturas móviles	Sí, este servicio lleva el nombre de "elmundomovil". Por medio de alertas informativas, el usuario recibirá en su celular las principales noticias seleccionadas y actualizadas por el diario. Además podrá navegar por elmundo.es, ya que la información está adaptada al celular.	El acceso es gratuito.
Especiales (tipo reportaje)	Sí, son publicados en la parte superior de la portada, debajo del menú principal. Este material se compone de varios elementos multimedia.	El acceso es gratuito.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Sí, por lo general dan seguimiento a noticias de la sección: Mundo. España y Deportes.	El acceso es gratuito.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Sí, entre los portales verticales están: <ul style="list-style-type: none"> • Metrópoli Noticias de ocio. • Motor Novedades de la industria del motor. • Suvienda.es Portal inmobiliario. • Vino Todo sobre el mundo del Vino. • Gentes Novedades de la farándula. • YoDona Noticias de moda y belleza. • Ocholeguas Todo sobre viajes. 	El acceso es gratuito.
Otros (Obituario)	Esta página describe la vida y las diferentes facetas que vivieron personajes públicos, que recientemente han fallecido.	El acceso es gratuito.
(60 segundos)	En una versión light se resumen las últimas noticias más leídas y más votadas en las últimas 24 horas. La herramienta "Rosa", locutora de este medio da lectura a estas noticias mediante audio.	El acceso es gratuito.
(Especiales)	Una gama de contenidos informativos y multimedia, con alto valor investigativo, se exhibe en este sitio.	El acceso es gratuito.
(Encuentros)	Algunos periodistas de este diario, entrevistan a personas especializadas en diversas áreas. En esta página de encuentros digitales se pueden revisar las entrevistas que ya fueron publicadas.	El acceso es gratuito,

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Sí, son los especiales (tipo reportaje), que ocasionalmente se exhiben en el primer scroll.	El acceso es gratuito.
Fotogalerías	Sí, este elemento interactivo tiene su propio espacio en la página Multimedia. También se ubican frecuentemente en la portada y en algunas secciones del diario.	El acceso es gratuito.
Foto – móvil	Si, lo utilizan los periodistas y también son enviadas por este medio.	
Audiogalería	Sí, en la página RSS y Podcast de elmundo.es, se encuentran los titulares de las noticias de la portada, titulares de la sección 60 segundos, noticias de última hora, blogs, especiales y más información que publica este medio, se pueden escuchar por RSS o mediante Podcasting en el RSS. "Rosa" la locutora de este medio digital lee las noticias.	El acceso es gratuito.
Audio on demand (descarga)	No.	
Audio on streaming (en vivo)	Sí, en cada artículo de las secciones de este diario, hay un audio que se puede escuchar en vivo. Esta herramienta se llama "Rosa", es la lectora de este diario.	El acceso es gratuito.
Video on demand	No.	
Video on streaming (en vivo)	Sí, estos videos tienen su espacio propio en la página Multimedia pero también se han desplazado a otros contenidos informativos.	El acceso es gratuito.
Video móvil en vivo	No.	
Gráficos animados / interactivos	Sí, este recurso creativo tiene su propio espacio en la página Multimedia, pero también se han desplaza a otros contenidos informativos.	
Mapas interactivos	Sí, este servicio lleva el nombre de "Callejero", permite al usuario ubicarse por medio de una búsqueda por dirección o provincia. Además encuentra sitios como: Restaurantes, museos, cines, teatros, hoteles, hostales y multiservicios.	El acceso es gratuito.
Infografías animadas	Sí, entre los gráficos animados que la página Multimedia muestra, también se publican infografías animadas. En la parte inferior de este sitio se pueden buscar más gráficos relacionados con cada sección.	El acceso es gratuito.
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Sí, este contenido se publica en los titulares de la portada. Es decir, primero se lee el titular, luego el breve y al final los enlaces relacionados. Cuando se accede a la noticia completa, los enlaces relacionados cambian de ubicación, se los encuentra en la parte lateral derecha o izquierda.	El acceso es gratuito.
Enlaces intra – texto	No.	El acceso es gratuito.
Enlaces internos (hacia adentro)	Sí, la mayoría de los artículos que se publican, poseen estos enlaces que se desplazan a similares contenidos que ya fueron publicados por este medio.	El acceso es gratuito.
Enlaces externos (hacia afuera)	Sí, este medio publica artículos que entre sus contenidos se encuentran palabras ajenas a los que regularmente usa este medio. Al dar un clic en estas palabras, se navega a la página de donde provienen, contextualizando la noticia.	El acceso es gratuito.

Diarios	Sí. Mundo, marca.com, expansión.com, expansión y empleo.com, telva.com, yodona.com, suvienda.es, Área Salud y gacetauniversitaria.es	El acceso a todos los diarios es gratuito.
Sindicación de noticias de otros medios	Sí, en el servicio Quiosco se encuentra una gama de medios españoles como: *Prensa de ámbito nacional (ABC, El País, La Razón, La Vanguardia, entre otros). *Publicaciones de información económica (Cinco Díaz, Expansión y la Gaceta de los negocios). *Prensa local (Barcelona digita, Canarias, El Correo Gallego, entre otros). *Periódicos deportivos (AS, Marca, Sport, entre otros). *Emisoras de radio nacionales (Cadena 100, Radiocable, Onda Cero). *Emisoras regionales y locales (Segre Radio, Radio Donosti, Catalunya radio, entre otros). *Cadenas de televisión, revistas y resumen de la prensa Europea. Al revisar la portada del ABC y El País, pude observar que Edmundo.es con referencia a estos diarios está actualizado en las noticias, incluso pude encontrar similitud en las noticias de la portada.	El acceso es gratuito.
ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Sí / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario	Sí. Para ponerse en contacto con la redacción de este medio, hay dos opciones, enviar un formulario o un correo electrónico.	El acceso es gratuito.
-Lista de emails periodistas	No.	
Foros	Sí, en la página Comunidad, este diario brinda un espacio para que los lectores y periodistas discutan temas de interés, dentro de este sitio hay foros y blogs que opinan sobre noticias que se publican en este medio. En la misma página se encuentra un sitio llamado "Forolibre", aquí se editan varios temas que no tienen que ver con las noticias de este medio, las personas que quieren participar de estas discusiones deben registrarse al sitio Forolibre.	El acceso para acceder a los foros es gratuito. El acceso para acceder a Forolibre es libre, pero para acceder a otras aplicaciones el usuario debe registrarse en este sitio. El registro no tiene costo.
Encuestas	No. Hay debates, que tienen su propio espacio en la página de Comunidad, pero también aparecen en la portada dependiendo de la importancia de la noticia.	El acceso es gratuito.
Comentarios	Sí, algunos artículos tienen esta opción, en la parte inferior de la noticia. Los usuarios que desean dar su comentario, pueden hacerlo anónimamente o como usuario registrado.	Es de libre acceso.
Votación de notas	Sí, en la parte inferior del ranking de noticias hay una pestaña que dice "ver lista completa", este link se enlaza a las noticias más votadas del diario, las mismas que han sido valoradas personalmente por los usuarios, en las últimas 24 horas.	El acceso es gratuito.
Entrevistas online (chats con personajes)	No.	
Consultorio online (especialistas responden)	No.	
Otros		

- Status o contenido proveniente de usuarios de Facebook	No.	
Otros	No.	
Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm)	Sí, tienen su propio espacio en la página de Opinión, 3 audios informan sobre noticias mundiales. Además se los puede escuchar en la página 60 segundos.	El acceso es gratuito.
Video blogs	Sí, están ubicados en la página de Opinión. Ejemplo: "El mundo en dos minutos" por Pedro J. Ramírez. Tema: Viva Madrid 2.020.	El acceso es gratuito.
Foto – blogs	Sí, están ubicados en la página Blogs. Ejemplo: "La foto" por Ángel Casaña. Fotoblog (Historia de una foto).	El acceso es gratuito.
Mo blogs (contenido móvil)	Sí, los periodistas envían blog por medio de dispositivos móviles.	El acceso es gratuito.
Blogs de periodistas	Sí, están en la página Blogs. Ejemplo: "El Mundo por dentro".	El acceso es gratuito.
Blogs de secciones	Sí, están en la página Blogs. Ejemplo: Opinión. Economía. Música. Tecnología. Cultura. Ciencia. Etc...	El acceso es gratuito.
Blogs de especialistas	Sí, están en la página Blogs. Ejemplo: "naturaBlog".	El acceso es gratuito.
Presencia en Flickr	No.	
Vídeo (Canal en You tube)	Sí, en "Los blogs más cercanos".	El acceso es gratuito
Wiki	No.	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i>		
- Presencia con titulares web	Sí, esta plataforma de comunicación publica titulares similares a los que aparecen en el diario. Carecen de originalidad.	Estos contenidos son gratuitos.
- Presencia con contenido propio	No.	
- Presencia con periodistas en Twitter	Sí, ellos interceden en los titulares, para que esta información sea clara y concisa.	
- Integración de Twitter en el sitio	Sí, en algunas secciones del diario.	
- Twitter móvil	No.	
Contenido de Enlaces Favoritos	No.	
Redes Sociales Presencia y producción en Facebook	Sí, este espacio tiene 866 admiradores y 3.653 enlaces publicados. Desde tempranas horas este medio publica minuto a minuto sus noticias en Facebook.	El acceso a la página es libre, pero si el usuario quiere ser parte de este espacio o desea acceder a más información debe suscribirse a Facebook. El registro no tiene costo.
Hi5	No.	

Otros (You Tube)	Sí, este sitio Web da alojamiento a entrevistas, noticias, y videos que este medio ha publicado.	El acceso es libre, pero si el usuario quiere ser parte de este espacio o desea acceder a más información debe suscribirse a You Tube. El registro no tiene costo.
PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Personalización de la portada	Sí, "Mi Mundo", este portal permite la personalización completa de contenidos, que el lector cree conveniente.	Este contenido es de acceso restringido para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro no tiene costo.
(Portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	La portada es larga, desde el inicio hasta el final se cuentan 11 scrolls. Hay una ventana de color rojo, con contenido de última hora, donde están los titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. Para obtener el servicio de ventanas informativas, es necesario instalar, la barra de titulares, que se abren cuando hay nuevo contenido de noticias relevantes.	El acceso es gratuito.
Versión html (solo texto)	No. Hay una versión accesible, pero incluye fotos.	El acceso es gratuito.
Versión en PDF (tal cual el impreso)	Sí, la descarga de la portada de El Mundo es gratuita, mientras que el acceso a otras aplicaciones está restringido.	Este contenido es de libre acceso, pero para leer las siguientes páginas del medio impreso, debo suscribirme. El registro tiene costo.
Versión animada (hojear impreso)	No.	
Versión para móviles (Wap, iphone, blackberry, etc)	Sí, "elmundo.es móvil" está disponible en todas las versiones portátiles, el usuario debe ajustar un PDA para obtener este servicio. Por medio de alertas informativas, el usuario recibirá las principales noticias del medio.	El acceso es gratuito.
Versiones regionales / locales	Sí, Madrid. Barcelona. Baleares. C. Valenciana. Castilla y León. País Vasco. Andalucía.	El acceso es gratuito.
Versiones bilingüe	Sí, la página es traducida por Reverso de Softissimo para elmundo.es. El usuario puede seleccionar hasta 5 idiomas.	El acceso es gratuito.
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Sí, esta opción permite agrandar el texto, para dar mayor visibilidad a la noticia.	El acceso es gratuito.
Ediciones para discapacitados	Sí, Rosa es la locutora de este diario, trabaja las 24 horas del día.	El acceso es gratuito.
PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	No.	El acceso es gratuito.
Hemeroteca	Sí, al entrar a esta página el usuario puede seleccionar el año, a partir del 2002 y el día que desea consultar, luego se elige la versión mañana, tarde o noche y enseguida aparece la portada.	El acceso es gratuito.
Mapa del sitio	Sí, en este lugar se encuentra un listado de información detallada sobre las noticias de todas las secciones, suplementos, herramientas, servicios, la edición impresa, etc.	El acceso es gratuito.

Noticias pueden ser imprimidas	Sí, es una de las herramientas que se pueden utilizar en un artículo.	El acceso es gratuito.
Otros (Rectificar)	Es una de las herramientas que se pueden utilizar en un artículo. El usuario debe llenar un formulario y un texto, explicando por qué rectifica el artículo. Ejemplo: Un error ortográfico.	El acceso es gratuito.
(Valorar o Recomendar)	Es una de las herramientas que se pueden utilizar en artículos. Con un clic se aprueba la noticia, y esta inmediatamente informa al usuario que voto por ella.	El acceso es gratuito.
(Titulares en el escritorio)	Es un programa que una vez instalado y ejecutado, se instala en la bandeja de sistema e informa regularmente de los nuevos titulares y noticias urgentes que aparecen en elmundo.es.	El acceso es gratuito.

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Sí, este servicio ganó el premio de oro por ser el mejor soporte publicitario on-line. Estas cuñas son interactivas, enlazan al usuario a leer este servicio, para obtener los anuncios que ofrecen, hay que llenar un formulario, para ponerse en contacto con la empresa que vende el producto. También hay un número telefónico de contacto.	El acceso es gratuito.
Tienda virtual	Sí "La Tienda", al ingresar a este sitio se encuentra información sobre un boletín de este lugar, ofertas del mes, novedades, lo más vendido, entre otros. Además hay variedad de accesorios en venta. Si el usuario desea comprar un producto tiene que llenar un formulario y pagar con tarjeta.	El acceso es gratuito.
Avisos clasificados	Sí, uno de los avisos es "suvienda.es" y el otro "Expansión y Empleo.com"	El acceso es gratuito.
Promociones	Sí, entre los variados productos para escoger hay: Colección de libros, set de ollas, aparatos electrónicos y más. Para comprar el producto un correo electrónico y un número están a disposición de la persona interesada.	El acceso es gratuito.
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Sí, "El tiempo", este pronóstico del clima es actualizado varias veces al día, para todo el mundo. Además cuenta con una previsión de tres días, temperatura y ambiente.	El acceso es gratuito.
Transporte público / carreteras	Sí, "Tráfico", se puede consultar información sobre el estado de las carreteras al minuto.	El acceso es gratuito.
Programación TV	Sí, "Guía TV", muestra la programación competa de 7 canales de 127 existentes, de las televisiones nacionales. Además se pueden personalizar los canales, eliminando unos y añadiendo otros.	El acceso es gratuito.
Programación radio	No.	
Carteleras espectáculo	Sí, está información se encuentra en los suplementos Gentes, Metrópoli, Yodona.	El acceso es gratuito.
Directorios	Sí, uno de ellos son las "Páginas Amarillas". Este servicio es patrocinado. Otros directorios telefónicos sobre transportes, seguridad ciudadana, servicios médicos, etc. Este último se encuentra en el suplemento Metrópoli.	El acceso es gratuito.
Agenda	Sí, en el suplemento Metrópoli se encuentra una variada agenda de sitios para visitar,	El acceso es gratuito.

	entre ellos están restaurantes, cine, teatro, música, compras, etc.	
Varios: (Cartelera)	Sí, en esta página se puede acceder a la cartelera y horarios de cine en España.	El acceso es gratuito.
(Callejero)	Sí, un mapa interactivo ayuda al usuario a encontrar servicios comerciales, hoteles, restaurantes, etc. por medio de una búsqueda por dirección o provincia.	El acceso es gratuito.
(elmundo.es móvil)	Sí, este servicio está disponible en todas las versiones portátiles, ajustando un PDA.	El acceso es gratuito.
(Hemeroteca)	Sí, los lectores que deseen revisar artículos que están archivados desde el 2.002 hasta el 2.009. en el diario impreso y digital.	El acceso es gratuito.
(Quiosco)	Sí, en esta página hay información destacada de otros medios.	El acceso es gratuito.
(Boletines informativos)	Por correo electrónico, se pueden recibir los titulares de las últimas noticias actualizados al minuto.	El acceso es gratuito.
(Alertas informativas en tu móvil)	Este servicio permite que el usuario reciba alertas informativas en un móvil, mediante SMS.	El acceso es gratuito.
(Seguridad vial)	La página muestra todo lo que un conductor debe saber sobre seguridad vial, recomendaciones para mantener en buen estado un vehículo, información sobre la nueva tecnología vehicular, etc. Este servicio es patrocinado.	El acceso es gratuito.
(Diccionarios)	Sí, "el mundo.es Diccionario", este sitio cuenta con un diccionario de Lengua Española, de sinónimos y antónimos. También hay traducciones a y desde varios idiomas como: español, inglés y francés.	El acceso es gratuito.
(Traductor)	Sí, "el mundo.es Traductor, este servicio ofrece la traducción desde un texto, hasta toda una página Web. El usuario puede elegir entre 5 idiomas y navegar sin problemas de comunicación.	El acceso es gratuito.
(Calendario)	Sí, esta agenda detalla con información las fechas más destacadas de cada mes del año.	El acceso es gratuito.
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Sí, entre los juegos que hay, están los de acción, letras y cifras cartas, juegos de mesa y Sudoku.	El acceso es gratuito, pero para acceder a más información debo ser suscriptor. El registro no tiene costo.
Concursos	Sí, Sudoku, este juego se realizó en el verano y actualmente la página muestra quienes fueron los ganadores del concurso. Otro concurso es X-Trade Brokers Trading Cup, en el que el usuario tiene que invertir dinero virtual para comprar y vender un servicio, luego deberá aumentar el capital inicial, el participante que más dinero haya acumulado ganará un auto porsche.	El acceso es gratuito, pero para acceder a más información debo ser suscriptor. El registro no tiene costo.
Archivos de música / vídeo / animaciones	Sí, en la página Multimedia se pueden apreciar estos archivos.	El acceso es gratuito.

Horóscopo	Sí, el pronóstico de este servicio se actualiza cada semana.	El acceso es gratuito.
Humor	No.	
Sorteos	Sí, este servicio tiene información sobre el contenido de loterías. Ejemplo: Loto Cataluña. También el usuario puede seleccionar el juego, pagar con tarjeta, obtener información en su mail y cobrar sus premios. Esta página es patrocinada.	El acceso a la página es gratuito. Pero para empezar a jugar debo registrarme sin ningún costo.
Otros (Metrópoli)	Sí, dentro de este suplemento está "Direcciones de Ocio", en esta página se observan cuatro opciones para escoger, familia, cultura y espectáculos deportes y varios. Al abrirlas hay una variada lista de sitios para visitar.	El acceso es gratuito.
(Elmundo.es TV)	Sí, este sitio muestra la programación completa de 127 canales de TV. Hay información que en otros canales televisivos también se transmiten. Se puede chequear los breves, estrenos, programas y más..., que en la TV se transmiten.	El acceso es gratuito.
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Sí, lleva el nombre de "Hacemos esto" la página muestra el cargo de cada una de las personas que trabajan en el diario. Solo a 6 personas se les puede enviar un mail.	El acceso es gratuito.
Información para anunciantes	Sí, en "suvivienda.es" y en expansión y empleo.com". Estos espacios son parte de los clasificados de este medio.	El acceso es gratuito. Para aprovechar este servicio, el usuario deberá registrarse gratuitamente.
Otras actividades	Sí, al entrar a esta página se puede acceder al sitio "Intro" aquí constan referencias comparativas del mundo.es con otros medios sobre los avances en información on-line, miden el rating, entre otros.	El acceso es gratuito.
(Publicidad Contacto)	Sí, en esta página se encuentran correos electrónicos y formularios para los lectores que deseen comunicarse con la redacción del diario. Se pueden hacer consultas de tipo técnico. Además puedo registrarme como usuario, sin costo alguno, recibir últimas noticias a mi mail, suscribirme al diario El Mundo y contratar publicidad.	El acceso es gratuito
Mapa del sitio	Sí, en este sitio se encuentra información detallada sobre las noticias de todas las secciones, suplementos, herramientas, servicios, la edición impresa, etc.	El acceso es gratuito, menos para chequear las noticias de la edición impresa, al pinchar en este lugar el acceso es libre pero para obtener más información el usuario debe ser suscriptor. El registro tiene costo.

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

4.-TABLA ANÁLISIS CUALITATIVO DE REFORMA.COM

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
b) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido /suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real)	Sí, por lo general estas noticias se ubican en la parte superior de la portada de este diario. Su contenido es claro y conciso, la noticia va acompañada de un titular, una foto y un membrete que indica la hora en que fue publicada. Por transmitir contenido en vivo, son de gran acogida por el público lector.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en el medio. El registro tiene costo.
Urgente	Sí, la palabra "Alerta" teñida de rojo aparece en la noticia que contiene un alto valor informativo.	
Ultima hora	Sí, tienen su propio espacio en la portada, en el cuarto scroll se puede visualizar esta información, a esta le antecede la hora en la que fue publicada, que por supuesto es contenido actualizado y novedoso.	
Coberturas móviles	Sí, hay contenido optimizado para teléfonos inteligentes. El servicio tiene costo, y está disponible solo para usuarios de Telcel.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en el medio. El registro tiene costo.
Especiales (tipo reportaje)	Sí, tienen especiales multimedia, que cuentan con varios elementos interactivos, que incentivan el interés del usuario. Regularmente son instalados en la parte superior de la portada y se publican cuando son contenidos novedosos.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en el medio. El registro tiene costo.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Sí, por lo general dan seguimiento a noticias de la sección: Nacional. Ciudad. Estados y Negocios. Ya que este medio es de cobertura nacional.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en el medio. El registro tiene costo.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Sí, entre los portales verticales están: <ul style="list-style-type: none"> • Primera Fila Agenda de cultural y espectáculos. • Avisos de Ocasión Ofertas de bienes y servicios. • Caza oportunidades Clasificación de anuncios. 	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Otros (Buscador de noticias)	Reforma.com y Google, permiten encontrar información específica. El buscador de Reforma se enlaza a la página Archivo, donde se almacenan las publicaciones del diario. En este sitio se puede seleccionar otro tipo de búsquedas más avanzadas, una de ellas es un calendario con día, mes y año. En cambio el buscador de Google, nos traslada ha contenidos de noticias externas.	El acceso al buscador del diario es libre, pero los contenidos que despliega son de acceso restringido, para usuarios no registrados. El registro tiene costo. Y el acceso a al buscador de Google solo lo pueden hacer suscriptores.
(Resumen de medios)	Los lectores pueden elegir el medio que desean consultar, incluso los diarios del Grupo Reforma, los de Norteamérica, Europa y Latinoamérica. En sus contenidos presentan las noticias más relevantes, se publican en versión texto y están disponibles en RSS.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en el medio. El registro tiene costo.
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
c) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Sí, son los especiales (tipo reportaje), que ocasionalmente se exhiben en el primer scroll.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Fotogalerías	Sí, este elemento multimedia de vez en cuando se	Este contenido es mixto. (Hay información

	complementa con noticias de las secciones de este medio. También tienen su propio espacio en la portada.	libre y restringida).
Foto – móvil	Sí, es parte del periodismo participativo que ofrece este diario a la comunidad, se pueden encontrar en la sección Tu espacio. Los ciudadanos pueden enviar fotos, videos, denuncias y blogs por medio de un celular.	El acceso es gratuito.
Audiogalería	Sí, se encuentra en la portada, en el contenido de las secciones de este medio y en la página Ver, escuchar y llevar, una lista de secciones, más vistos, más comentados, etc se pueden ser seleccionados. En el mismo sitio, también se expone una galería de podcast y RSS.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Audio on demand (descarga)	Sí, tiene su propio espacio en la página Ver, escuchar y llevar, una galería de audio y Podcast ofrecen dos opciones para escuchar el audio, la primera es por medio on demand y la segunda por streaming. Estos archivos también pueden ser escuchados en la portada y en el contenido de las secciones de este medio.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo. Algunos audios que aparecen en la portada son de libre acceso.
Audio on streaming (en vivo)	Sí, se transmite en la señal de "Reforma Radio" en vivo. Los programas se escuchan bajo demanda y se pueden escuchar por medio streaming y on demand. Este archivo también tiene su propio espacio en la página Ver, escuchar y llevar. Además están en la portada y en el contenido de las secciones de este medio.	El acceso es libre para entrar a la página. Es gratuito para escuchar la programación en vivo. Y es restringido para escuchar los programas. El registro tiene costo.
Video on demand	Sí, tienen su propio espacio en la página Ver, escuchar y llevar, una galería de videos ofrecen dos opciones para ver este archivo, la primera es por medio on demand y la segunda por streaming. Estos videos también pueden ser vistos en la portada y en el contenido de las secciones de este medio.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo. Algunos videos que aparecen en la portada son de libre acceso.
Video on streaming (en vivo)	Sí, tienen su propio espacio en la página Ver, escuchar y llevar. Además están en la portada, en el contenido de las secciones de este medio, pueden ser vistos por medio streaming y on demand. Finalmente los videos You Tube que los usuarios bajan en la página Tu espacio son streaming.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Video móvil en vivo	Sí, este medio ha desarrollado un servicio informativo, para iPhone o iPod Touch. Por medio de estos dispositivos móviles, se puede acceder a las noticias más relevantes del momento, a columnas editorialistas y a las mejores fotogalerías y videos de la reforma.com.	El acceso es gratuito.
Gráficos animados / interactivos	Sí, este elemento multimedia tiene su propio espacio en la portada y aparecen en el contenido de las secciones de este diario.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Mapas interactivos	Sí, este servicio es eficiente, se puede observar el tráfico de la ciudad, y encontrar las ubicaciones de algunos calles y servicios.	El acceso es gratuito.
Infografías animadas	Sí, en el sitio donde se encuentran los gráficos animados también hay infografías, este material es confuso, porque la barra enlazadora de este espacio la describe como gráficos animados.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Sí, en algunos artículos se encuentra este contenido, la ubicación de estos enlaces está en el lado lateral izquierdo.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Enlaces intra – texto	No.	El acceso es restringido dependiendo de la noticia.
Enlaces internos (hacia adentro)	Sí, en algunos artículos, en el lado lateral izquierdo aparece un recuadro de la cronología de noticias antiguas referentes a ese artículo.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Enlaces externos (hacia afuera)	No.	
Diarios	Sí, Reforma, elnorte.com, mural.com.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Sindicación de noticias de otros medios	Sí, con el Wall Street Journal Americas.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción

		pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Sí, hay una lista de periodistas, cada nombre enlaza a un formulario de contacto.	El acceso es gratuito.
Foros	Sí, dependiendo de la coyuntura.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Encuestas	Sí, dependiendo de la coyuntura.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Comentarios	Si, en cada artículo hay la posibilidad de que el lector comente sobre la noticia.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Votación de notas	No.	
Entrevistas online (chats con personajes)	No.	
Consultorio online (especialistas responden)	Sí. Ejemplo: En el blog "Vida Sexual", en este espacio la plataforma Twitter sirve de canal, para que el lector formule preguntas y los expertos respondan en línea.	El acceso es gratuito.
Otros (Cartas a REFORMA.COM)	Este servicio invita al lector abordar temas de interés general, enviando cartas al diario. Son publicadas únicamente las cartas que llevan nombre, email, dirección y teléfono. Los mejores comentarios aparecerán en la edición impresa exactamente en la página "Cartas a Reforma".	El acceso es gratuito.
Reportería ciudadana - Envío de notas	Sí, a la página tuespacio@reforma.com Este sitio está dedicado a los ciudadanos, que desean publicar denuncias u opiniones, por medio de un celular, una cámara fotográfica o de video.	El acceso es gratuito.
- Publicación directa	Hay ocasiones, en que las noticias que recibe la redacción están bien editadas, otras no, en este caso es necesario darle coherencia a la noticia.	El acceso es gratuito.
- Blogs para los usuarios	Sí, en la página Tu espacio hay un sitio de blogs, para compartir conocimientos y experiencias.	El acceso es gratuito.
- Red Social para los usuarios	Sí, en You Tube.	El acceso a esta página es libre, pero para acceder a otras aplicaciones el usuario debe registrarse. El registro no tiene costo.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos	Sí, en la página Tu espacio se encuentra un directorio abierto para la comunidad.	El acceso es gratuito.
- Publicación de contenido de bloggers externos.	Sí, por medio del correo tuespacio@reforma.com la comunidad comparte su opinión sobre diferentes temas.	El acceso es gratuito.
- Reportes de Twitters	Sí, en el servicio tráfico en Twitter se encuentra un sitio llamado "estoy atorado", esta herramienta puede alertar a otras personas sobre embotellamientos, manifestaciones, accidentes o cualquier otro evento que afecte el tránsito en la ciudad. En Twitter las noticias de este medio también se publican de manera breve y concisa. Para conocer toda la noticia en la parte final de cada breve hay una página Web, que enlaza a la página de donde proviene la información.	El acceso es gratuito.
- Fotos de usuarios de Flickr	No.	
- Videos de usuarios de You	Sí, estos videos son bajados a la página de blog.	

Tube		
- Video streaming de usuarios (Ustream)	Sí, en el sitio Tu espacio se encuentran videos, en los que los usuario participan, generalmente exponen sus denuncias.	El acceso a esta página es libre, pero para acceder a otras aplicaciones el usuario debe registrarse. El registro no tiene costo
- Status o contenido proveniente de usuarios de Facebook	No.	El acceso es gratuito.
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0

d) Herramientas

	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm)	Sí, este archivo de sonido transmite información de diversas temáticas de interés general, tiene su propio espacio en la página Ver, escuchar y llevar.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Video blogs	Sí, en el sitio Tu espacio.	El acceso es gratuito.
Foto – blogs	Sí, en el sitio Tu espacio.	El acceso es gratuito.
Mo blogs (contenido móvil)	Sí, por medio del correo tuespacio@reforma.com la comunidad comparte sus blogs de opinión sobre diferentes temas. También los periodistas envían estos contenidos por medio de dispositivos móviles.	El acceso es gratuito.
Blogs de periodistas	Sí, se encuentra en el espacio “blogósfera”, ubicada en la página de Opinión. Ejemplo: El blog “Instructivo Washington”, por Diego Beas. Este blog es un manual para navegar sobre la política estadounidense.	El acceso es gratuito.
Blogs de secciones	Sí, en el espacio “blogósfera”, ubicado en la página de Opinión, se encuentran varios blogs relacionados con diversos temas.	El acceso es gratuito.
Blogs de especialistas	Sí, en el espacio “blogósfera”, ubicado en la página de Opinión. Ejemplo: El blog “Vida Sexual”, un grupo de especialistas abordan este tema.	El acceso es gratuito.
Presencia en Flickr	No.	
Vídeo (Canal en You tube)	Sí, estos videos están esparcidos en algunos sitios de este medio. Ejemplo: En Tu espacio, blogósfera, Gente, entre otros.	Este contenido es mixto. (Hay información libre y restringida).
Wiki	No.	
Microblogging Tipo de presencia en Twitter	Sí, son una copia de los avances que pertenece a cada titular, de la portada, tiene un lenguaje comprensible.	Este contenido es de libre acceso, pero para enlazarme a la noticia completa debo ser suscriptor. El registro tiene costo.
-Presencia con titulares Web	No.	El acceso es gratuito.
-Presencia con contenido propio	Sí, estos profesionales envían intervienen en el contenido, con el fin de que este contenido no sea frío textualmente.	El acceso es gratuito
-Presencia con periodistas en Twitter	Sí, tráfico en Twitter, se encuentra el sitio “Estoy atorado”, esta herramienta puede alertar a otras personas sobre embotellamientos, manifestaciones, accidentes o cualquier otro evento que afecte el tránsito en la ciudad.	El acceso es gratuito.
- Integración de Twitter en el sitio	Sí, para enviar reportes vía celular al sitio “estoy atorado” los usuarios deben escribir 140 caracteres, que incluyan datos precisos como nombre de calle, sector y el estado del tráfico.	El acceso es gratuito.
- Twitter móvil		

Contenido de Enlaces Favoritos	Sí, lleva el nombre de "Lo más destacado", en este recuadro están publicadas las noticias más valoradas del día.	Este contenido es de acceso restringido para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Redes Sociales Presencia y producción en: Facebook	Sí, este espacio tiene 334 admiradores y 95 enlaces publicados.	El acceso a la página es libre, pero si el usuario quiere ser parte de este espacio o desea acceder a más información debe suscribirse a Facebook. El registro no tiene costo.
Hi5	No.	El acceso es libre, pero si el usuario quiere ser parte de este espacio o desea acceder a más información debe suscribirse a You Tube. El registro no tiene costo.
Otros (You tube)	En esta página se exponen noticias, entrevistas y videos de varios géneros, que el medio ha publicado.	
PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
g) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores		
Contenido	Sí / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Personalización de la portada	No.	
(Portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	La portada es larga, desde el inicio hasta el final se cuentan 7 scrolls. Hay una ventana con contenido de última hora, con titulares y enlaces, que se abre al ingresar a la página de inicio. También hay ventanas informativas, que se abren cuando hay nuevo contenido de noticias relevantes.	Esta página es de libre acceso, pero para acceder a más información debo ser suscriptor. El registro tiene costo.
Versión html (solo texto)	Al utilizar el buscador de reforma.com, se abre una página de archivos publicados referentes a este medio. Estos artículos aparecen en versión html.	El acceso a la página es libre, pero para acceder a la información el usuario debe estar registrado. El registro tiene costo.
Versión en PDF (tal cual el impreso)	Sí.	El acceso a la portada e libre, pero para acceder a más información el usuario debe estar registrado. El registro tiene costo.
Versión animada (hojear impreso)	Sí, cada página de la edición impresa puede ser chequeada. El usuario puede revisar cada hoja de manera interactiva.	El acceso a la portada e libre, pero para acceder a más información el usuario debe estar registrado. El registro tiene costo.
Versión Texto (edición impreso)	Sí, en la versión impresa se exponen las noticias de la portada solo en texto.	El acceso a la portada e libre, pero para acceder a más información el usuario debe estar registrado. El registro tiene costo.
Versión para móviles: Blackberry	Sí, reforma.com ha diseñado una versión móvil, donde se pueden consultar noticias de las diferentes secciones. Para obtener este servicio el usuario debe ingresar a reforma móvil con la misma cuenta y password que consiguió al suscribirse al medio. Quienes tienen Blackberry desde el navegador del móvil puede visitar la página http://movil.reforma.com/libre/online07/bbfiles/ y seguir las instrucciones de la pantalla.	Este contenido es de acceso restringido para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
PDA	Sí, la información más relevante de las principales secciones del diario y sus versiones regionales se puede bajar a un dispositivo móvil (PDA). Para instalar el servicio se debe realizar una sincronización alámbrica o inalámbrica en el dispositivo, para tener la versión más actualizada del sitio.	El acceso es gratuito.
iPhone	Sí, la página lleva el nombre de reforma.comiPhone. Las noticias más valoradas, fotogalerías y videos pueden ser vistas en un iPhone o un iPod Touch. En este sitio el	El acceso es gratuito.

Versiones regionales/ locales	usuario puede descargar la aplicación, hay dos versiones para escoger, la Web o la iPhone.	El acceso a la página es libre, pero para acceder a más información el usuario debe estar registrado. El registro tiene costo.
Versiones bilingue	Sí. Elnorte.com, y mural.com. No.	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Sí, esta herramienta se exhibe en los artículos, permite agrandar el texto, para dar mayor visibilidad a la noticia.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Ediciones para discapacitados	Sí, esta herramienta se exhibe en los artículos, un lector electrónico de textos, facilita escuchar la noticia, es útil para personas no videntes.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
h) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	No.	
Buscador	Sí, es avanzado. El buscador de reforma.com, se enlaza a la página "Archivo", donde están almacenadas las publicaciones del diario. Aquí se puede seleccionar otro tipo de búsquedas más avanzadas, una de ellas es un calendario. Otro buscador es Google, este link se enlaza a noticias Web.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Hemeroteca	No.	
Mapa del sitio	No.	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Sí, en este ranking se puede encontrar lo más visto, enviado y buscado, de todo el sitio, artículos, galerías y más...	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
DISTRIBUCIÓN Tecnología pull Suscripción al email	Sí, se ubican en el servicio "en tu email", las últimas noticias son enviadas a un correo electrónico. El servicio es válido solo para suscriptores. Sí, proporciona noticias actualizadas de última hora.	Estos contenidos son de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
- Alertas de última hora	Sí, el usuario puede escoger, si la noticia la recibe a diario o 2 veces al día.	
- Boletines diarios	Sí, se puede elegir los días en los que recibirá este contenido informativo, también puede escoger las secciones que sean del interés del usuario.	
- Newsletter semanales	Sí, mediante la operadora Telcel, en la página "en tu celular", están las instrucciones para suscribirse.	El acceso es gratuito.
Suscripción al celular	Sí, los usuarios pueden escoger un paquete informativo de las principales noticias del diario, para recibirlo como mensaje de texto al móvil. Cada información tiene un costo.	El acceso es gratuito.
Noticias vía SMS al móvil		
RSS	Sí, esta herramienta permite recibir de manera automática y en tiempo real los titulares, y resúmenes de las noticias de varios sitios, sin tener que ir a cada uno de ellos o esperar a ser notificado vía correo electrónico.	El acceso es gratuito.
Widgets	No.	
Videos, archivos o servicios	Sí, en Facebook, Twitter y You Tube.	Este contenido es mixto (Hay información

pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.		libre y restringida).
Reenvío de las notas por correo electrónico a tus amigos	Sí, es una de las herramientas que se exhiben en los artículos.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Sí, a Facebook	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Noticias pueden ser impresas	Sí, es una de las herramientas que se exhiben en los artículos.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Otros (Comentarios al editor)	Una pequeña página invita al usuario a hacer un comentario al editor de la sección que ese momento está leyendo.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
(Aclaraciones)	El lector que desee publicar una aclaración, puede hacerlo por medio de esta aplicación.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
(Guardar en mi cajón)	En este servicio se puede archivar y administrar notas de interés personal.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
(Escuchar el artículo)	Este es un lector electrónico de texto.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
(Opina sobre el artículo)	Los usuarios pueden comentar la noticia, así mismo ellos son calificados por otros lectores. Además se puede ingresar a una opción donde se puede denunciar el comentario.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
SERVICIOS		
i) Servicios comerciales		
Publicidad	Sí, estas cuñas son interactivas, enlazan al usuario a leer este servicio para que pueda participar de los anuncios que ofrecen. En la página "Publicidad" se puede encontrar información como: <ul style="list-style-type: none"> • Informes y ventas. • Usuarios registrados. • Perfiles. • Nuestros clientes. • Formatos de publicidad. • Reporte detallado de campaña. • Tarifas. • Especificaciones de material. • Glosario. 	El acceso es gratuito.
Tienda virtual	Sí, lleva el nombre de "Fototienda", las fotos de eventos que se publicaron en el diario, se venden en este espacio.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Avisos clasificados	Sí, hay dos variedades de clasificados. El uno es "Avisos de ocasión" y el otro es "Caza oportunidades".	El primer clasificado es de libre acceso y al otro pueden acceder solo lectores registrados. Si el usuario desea publicar un anuncio obligatoriamente debe pagar por el servicio.
Promociones	No.	
Otros (Suscripciones)	Las suscripciones están abiertas para el medio impreso y digital. Para registrarse en el diario reforma.com, el usuario puede hacerlo en línea. Esta página muestra las tarifas que se puede escoger, se llena un formulario de datos personales y finalmente debe hacer el pago por transacción bancaria o tarjeta de crédito.	El acceso es gratuito.
j) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Sí, "Clima", detalla un pronóstico del día y también de cinco días en la ciudad de México. Además cuenta con un servicio de búsqueda e imágenes de satélite en todo el	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.

	mundo.	
Transporte público / carreteras	Sí, el servicio Tráfico en Twitter, tiene un sitio llamado "estoy atorado", que alerta a los lectores sobre embotellamientos, manifestaciones o accidentes que afecten el tránsito de la ciudad.	El acceso es gratuito.
Programación TV	No	
Programación radio	Sí, "Reforma Radio", es transmitida desde la redacción de este medio. Los programas se escuchan bajo demanda. Un calendario de programación está a disposición del lector.	La página es de libre acceso. "Escúchanos en Vivo" y el calendario de programación es gratuito, pero el acceso a escuchar los programas es restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. A este servicio solo se accede vía Web.
Carteleras espectáculo	Sí, disponibles en el segmento "Primera fila"	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Directorios	Sí, en este sitio se encuentra variedad de contactos telefónicos.	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
Agenda	Sí, "Primera fila" esta agenda exhibe exposiciones, estrenos de cine, teatro, etc.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Varios: (Cineguía)	El lector puede informarse sobre estrenos de la semana, puede encontrar la película que busca, mirar los trailers, recomendar películas y más...	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Antros)	Una variedad de discotecas y lugares de diversión es lo que recomienda esta página.	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Museos)	Varias muestras de arte en museos de la ciudad es lo que se puede chequear con un solo clic.	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Parques)	Se puede encontrar opciones para visitar parques ecológicos, infantiles, zoológicos, espacios para ejercitarse, etc.	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Restaurantes)	Este espacio recomienda variada comida tradicional e internacional.	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Bares)	Este sitio muestra lugares de diversión como bares, karaokes y más...	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Cafés)	Una variedad de bebidas frías y calientes, bocadillos, librerías, etc, se encuentra en este espacio.	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Hoteles)	Un directorio telefónico de hoteles en México se puede encontrar al chequear este sitio.	El acceso a la página es libre, pero para abrir otras aplicaciones el usuario debe tener cuenta en el medio. El registro tiene costo.
(Guía de viajes)	La página recomienda sitios turísticos nacionales como internacionales.	El acceso es gratuito.
(Centros comerciales)	Para el usuario que le gusta ir de compras, este sitio muestra algunos shoppings que se pueden visitar.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
(Educativa)	Una guía de maestrías, postgrados, cursos, clases, etc se encuentra con un solo clic.	El acceso es gratuito.
(Bolsa de trabajo)	En la página se encuentran anuncios sobre empleos.	El acceso es gratuito.
(Guía médica)	Este sitio enseña a los usuarios ha actuar en caso de enfermedad o accidente.	El acceso es gratuito.
(Mi cuenta)	Al abrirse esta página muestra la ayuda que el medio puede prestar a los usuarios que tiene problemas con su cuenta, o desean abrirse una.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
(RSS)	Esta herramienta permite recibir de manera automática y	

	en tiempo real los titulares y los resúmenes de las noticias de varios sitios, sin tener que ir a cada uno de ellos o esperar a ser notificado vía correo electrónico.	El acceso es gratuito.
(En tu iPhone)	Este diario ha desarrollado un servicio informativo para los iPhones o iPod Touch. Por medio de estos dispositivos móviles, se puede acceder a las noticias más relevantes del momento, a columnas editorialistas y a las mejores fotogalerías y videos de reforma.com	El acceso es gratuito.
(En tu móvil)	Este medio ha diseñado una versión móvil donde se pueden consultar noticias de las diferentes secciones del diario. Para obtener este servicio el usuario debe ingresar a reforma móvil con la misma cuenta y password que consiguió al suscribirse al medio.	El acceso es gratuito.
(En tu PDA)	La información más relevante se puede bajar a un dispositivo móvil (PDA). Para instalar el servicio se debe realizar una sincronización alámbrica o inalámbrica en el dispositivo, para tener la versión más actualizada del sitio.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
(En tu mail)	Las noticias son enviadas a un correo electrónico, este servicio proporciona las noticias actualizadas, además se puede seleccionar las secciones que sean del interés del usuario. El servicio es válido solo para suscriptores	El acceso es gratuito.
(Noticias SMS)	El usuario puede elegir su paquete informativo, por un costo adicional.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
(En Twitter)	Por medio de esta herramienta se puede tener noticias actualizadas y alertas previas a las coberturas. Además invitan a los usuarios hacer comunidad, enviando comentarios, fotos, videos, etc.	El acceso es gratuito.
Diccionarios, traductor, calendario	No.	El acceso es gratuito.
k) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Sí. "Fútbol Virtual", consiste en jugar un torneo virtual, los equipos ganadores pueden reclamar aparatos electrónicos como premios. "Sudoku", los participantes deben llenar un crucigrama, donde se utilizan números en lugar de palabras. "Codocu", este juego mide el grado de conocimiento de los participantes, una gama de preguntas sobre noticias nacionales e internacionales de diferentes secciones del diario califica las respuestas del concursante.	El juego Fútbol Virtual es de libre acceso, para participar es necesario inscribirse y llenar una solicitud, sin ningún costo. Los juegos Sudoku y Codocu son contenidos de acceso restringido para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Concursos	Sí, dependiendo de la coyuntura. Ejemplo "Aguas fotografías húmedas", los participantes deben enviar fotos relacionadas a la temporada de lluvias, las imágenes más votadas por los lectores, ganarán una cámara profesional.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Archivos de música / vídeo / animaciones	Sí, los archivos de música y vídeo se exponen en la página "Ver, escuchar y llevar". En cambio los archivos animados se publican en varios sitios informativos. Los tres contenidos también aparecen en la portada.	Este contenido es mixto (Hay información libre y restringida).
Horóscopo	Sí, en cada signo zodiacal hay información completa.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Humor	Sí. "Mario Netas" en formato flash se imita sarcásticamente a personajes públicos hechos caricatura. "Rictus", en formato flash, y con humor se personifican las fechas celebres de cada mes.	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Sorteos	No.	
Otros (Lotería Nacional)	La página muestra los resultados de este juego.	Este contenido es de acceso restringido,

(Primera Fila)	Una variada agenda de exposiciones de arte, estrenos de cine, reservaciones de conciertos de música y recomendaciones de que hacer en otras ciudades de México, son algunas de las opciones que dan a escoger.	para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo. Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
(Radio)	"Reforma Radio", es transmitida desde la redacción del diario. Los programas se escuchan bajo demanda. Un calendario de programación informa al lector.	La página es de libre acceso. "Escúchanos en Vivo" y el calendario de programación es gratuito, pero el acceso a escuchar los programas es restringido para usuarios que no tienen cuenta en este medio. A este servicio solo se accede vía Web.
I) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si, tres links interactivos son los contenidos que este espacio ofrece, estos son: <ul style="list-style-type: none"> • Cronología. • Distribución y • Directorio del diario. 	Este contenido es de acceso restringido, para usuarios que no tienen cuenta en este medio. El registro tiene costo.
Información para anunciantes "Avisos de ocasión/ ordena tu anuncio"	Sí, con frecuencia aparece una franja interactiva en la portada, invitando a los usuarios a que anuncien en este medio digital. Esta información es parte de la página "Avisos de ocasión". Al ingresar a este sitio los interesados deben escoger los servicios que quieren anunciar y contratar la tarifas que más le convengan: Los pasos a seguir son: <ul style="list-style-type: none"> • Elegir una clasificación. • Tipo de anuncio. • Anuncio. • Verificar datos. • Anexar fotografías. • Pago y • Confirmación. 	El acceso es gratuito.
Otras actividades (Contáctanos)	En este espacio se encuentran direcciones y números telefónicos del área de: <ul style="list-style-type: none"> • Redacción de Reforma • Centro de ayuda. • Avisos de ocasión y suscripciones. • Informes y ventas. Además en la parte posterior se exhibe un cuadro donde constan los cargos del personal que trabajan en el medio, entre ellos periodistas.	El acceso es gratuito.
Mapa del sitio	No.	

Elaborado por: María Fernanda Wandemberg

5.- ENTREVISTA AL DIARIO elmundo.es

Facilitador: Sergio Rodríguez, periodista de la sección Tecnología de elmundo.es

CONTENIDOS INFORMATIVOS

1.- Por qué la información de este medio es gratuita? Han pensado cobrar por sus contenidos informativos?

No, en ningún caso. Nuestro modelo es la gratuidad, pero en el futuro queremos contar con contenido Premium, lo que no quiere decir que vayamos a cobrar por los contenidos básicos.

2.-Cuál es el propósito de pedirle al lector que se registre gratuitamente a este medio, para acceder a algunos servicios?

Nos interesa tener usuarios registrados, fieles, y porque creemos que los lectores tienen que mostrar una confianza en nosotros para acceder a ciertos extras del periódico.

3.-Qué secciones son las más frecuentadas por los ciberciudadanos?

En general, lo más visto es nuestra portada.

4.- Este medio on-line publica otros diarios? Especifique cuáles?

elmundo.es es la edición digital del diario EL MUNDO, que pertenece al grupo Unidad Editorial, que también publica el diario deportivo Marca y el económico Expansión, entre otras publicaciones no diarias.

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

1.- Por qué no han incluido una sección con noticias en versión html (solo texto)?

Contamos con una versión accesible, siempre hemos contado con ella; que todo el mundo pueda acceder a la información es una de nuestras principales preocupaciones: <http://www.elmundo.es/accesible/>

2.- A parte de contar con “Rosa”, la lectora de elmundo.es, han visto la necesidad de ofrecer otras herramientas para personas discapacitadas?

Como explico antes, tenemos esta herramienta y siempre hemos trabajado en este sentido. Contamos con una sección dedicada a las personas con discapacidad y varios premios en este campo, entre ellos la medalla de honor de la Cruz Roja por nuestra información de Solidaridad.

INTERACTIVIDAD, MULTIMEDIA, HIPERTEXTUALIDAD

1.- Cuándo nació la idea de introducir diferentes formatos de (audio, video, fotografías, hipertextos) a sus páginas Web?

Es una evolución lógica de la Red. Un medio digital no puede quedarse atrás

2.- Este medio comparte los recursos audiovisuales y multimedia, con la versión impresa?

Sí, compartimos recursos como los fotográficos o los infográficos. Además, tenemos algunos recursos propios, por ejemplo, de vídeo.

3.- Por qué entre el contenido multimedia de este diario-online no emplea audio y video on demand?

Si te refieres a streaming, sí lo hacemos. Por ejemplo, para retransmitir ciertos eventos como el Consejo de Ministros. Sí, en función de la noticia.

4.- En el área participativa que ofrecen los blogs, los usuario envían video streaming (Ustream)?

No, hoy por hoy no.

5.- Este medio es un producto interactivo y multimedia, que va integrando todos los recursos: el texto, la imagen, la fotografía, la infografía, la animación, el video y el sonido. ¿Qué recurso cree usted que se presenta más en su medio?

Evidentemente, el texto y la fotografía, que es lo más sencillo de producir para un medio como el nuestro.

6.- Se ha podido determinar cuál es la preferencia del lector? Qué parámetros utilizan y pueden servir para determinar el perfil exacto de los consumidores de información?

En una página de elmundo.es, en la sección comunicación, esta el link...

7.- Cuenta con un manual de estilo para periodistas digitales?

Por ahora, contamos con el mismo que usan en la edición de papel de El Mundo.

8.- Las noticias que se editan en su publicación cuentan con normas enfocadas a la redacción digital?

Ciertas cosas cambian. Por ejemplo, el uso de negritas o enlaces, pero todo se debe a las necesidad del propio medio Internet.

9.- Cada qué tiempo se actualiza la información?

La información en elmundo.es se actualiza las 24 horas, todos los días del año. Se puede ver en la parte superior del portal cada actualización de portada. Luego, cada portadilla (deportes, cultura, nacional, viajes...) va a actualizando sus respectivas noticias cuando lo cree conveniente.

10.- A qué hora de la noche este medio cambia sus páginas a las del siguiente día?

Cambiamos nuestra página constantemente, casi cada minuto.

11.- Cada qué tiempo el diario renueva el diseño y el contenido de su página?

El diseño cada vez que se plantea por diversas necesidades. El contenido, 24 horas.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1.- Los géneros periodísticos son estructurados en la Web de la misma forma como se los hace para los medios tradicionales?

Sí.

2.- Cuáles son los géneros periodísticos utilizados para la Web?

Texto, foto, vídeo, gráficos...

3.- Entre el contenido informativo de este diario digital, que género cree usted que es el más visitado por los lectores, el de información, el de opinión o el de interpretación?

La información.

4.- Qué parámetros se consideran para redactar una noticia para la Web?

Exactamente los mismos para la versión en papel. Estos criterios periodísticos no cambian en absoluto. Quizás tenemos más urgencia a la hora de publicar temas, pero nada más.

SALAS DE REDACCIÓN

1.- Existe una integración de las salas de redacción tradicionales y on-line?

Sí, en lo que concierne a la redacción, pero en cuestión de infraestructura no compartimos las salas de redacción.

2.- Los periodistas digitales tienen un horario específico de trabajo?. Realizan turnos por la noche?

Dividimos la redacción en cuatro turnos: de mañana, partido, de tarde y de noche/madrugada.

3.-Cuál es la mayor ventaja de la integración/ no integración en su sala de redacción con el uso de las NTIC's? (fuentes, investigación de temas, inmediatez de la información, multimedialidad, etc.)

La ventaja de la integración es que se pueden producir más temas con mayor calidad.

4.- El personal ha recibido capacitación sobre comunicación digital?

Sí, desde los editores hasta el personal ejerce en redacción

5.- Cuando se ingresa a la portada de elmundo.es, una imagen grande de publicidad cubre las noticias por unos segundos, luego desaparece. Este diario se beneficia por anunciar este producto, en comparación de otros que son menos llamativos?

Efectivamente, es uno de los formatos publicitarios más caros porque tiene mayor impacto que otros.

PLATAFORMAS

1.- Cuáles son las plataformas que conoce?. Cuáles están utilizando y les ha dado mejor resultado?

Facebook, Twitter, You tube. La de mejor de resultado ha sido Facebook.

2.- Qué servicios ofrece a través del sitio Web del medio?

Ofrecemos traductor, servicio del tiempo, horóscopo, callejero, guía de televisión... aquí están todos: <http://www.elmundo.es/servicios/>

3.- Cómo ofrece la información el sitio Web de su medio?

- Video
- Audio
- Boletines Electrónicos
- Galerías
- Texto e imágenes
- Otros

En el caso de existir otros, indique cuáles.

4.- Ha creado cuentas de usuario en los servicios?

- You Tube
- Flickr
- Hi5
- Facebook
- Twitter
- Cover It Live
- En ninguno

Otros

En el caso de existir otros, indique cuáles.

5.- Los periodistas de su medio poseen cuentas de usuario individuales para coberturas, en qué servicios.

You Tube

Flickr

Hi5

Facebook

Twitter

Cover It Live

En ninguno

Otros

En el caso de existir otros, indique cuáles.

6.- Hay presencia con periodistas en Twitter, integración de Twitter en el sitio y Twitter móvil?

Lo hemos usado, pero ahora mismo contamos con una herramienta propia para cubrir estas necesidades.

7.- Desde hace que tiempo este medio es usuario de los servicios mencionados?

Desde hace aproximadamente dos años.

8.- Utilizan chat como medio de interacción con la audiencia?

En ocasiones hacemos encuentros digitales con invitados famosos o periodistas de la casa.

9.-Cuál es el número de usuarios que visitan su sitio Web?

Según la última medición, más de 23.000.000 de usuarios únicos en septiembre de 2009.

10.- Realizan publicidad de sus servicios a través de Internet? Y si lo hacen de qué manera?

No.

11.- Estaría dispuesto a utilizar estrategias de social media, para compartir su información?

Ya las utilizamos.

12.- Realizan entrevistas on-line (chat con personajes)?

Diariamente se suelen realizar dos chats con personajes que estén de actualidad ese día por algún motivo, que se avisan con suficiente antelación para que los lectores manden sus preguntas. En algunas ocasiones, el entrevistado acude a la redacción y en otras lo hace desde su casa, oficina, lugar de viaje...

13.-Cuál es la situación actual de elmundo.es, en manejo de herramientas Web 2.0 y en información.

elmundo.es cuenta con un equipo de informáticos de lo más avanzado del mercado, por lo que sus actualizaciones superan con creces al de muchas publicaciones. En los links que te adjunto arriba viene información al respecto.

14.- En elmundo.es los periodistas hacen uso de dispositivos móviles (laptop, celulares, iphone) para enviar noticias o fotos a la sala de redacción?

Sí, cada vez que un periodista hace una cobertura y no regresa luego a la redacción (sobre todo si está en el extranjero cubriendo un tema) lleva consigo una laptop para enviar las noticias. De momento, no se hace a través de celulares.

15.-La página Web de este medio cuentan con formatos estándar CSS y estructura de contenido CSS.

Sí, son los informáticos los que manejan este tipo de herramientas.

16.-Que plataformas utilizan actualmente, que soportan la información y herramientas aplacadas a Web 2.0?

La verdad es que aquí ya me pierdo un poco porque no soy informática. No sé a qué te refieres, si a los sistemas propios que utilizamos para la edición (que se llama Millenium).

PERIODISMO PARTICIPATIVO

1.- Cómo se evidencia la participación ciudadana en el medio?

Recopilamos información, fotografías o vídeos de forma constante. Además, escuchamos a los ciudadanos y tenemos en cuenta su opinión.

2.- Qué elementos se incluyen para propiciar la participación de los usuarios?

Debates, encuestas, comentarios, formularios, entre otros

3.- A parte de las cartas al editor, qué otras herramientas se utilizan?

Las que mencionaba arriba.

4.- En qué medida son tomadas en cuenta las ideas, comentarios y sugerencias del público?

Son muy tomadas en cuenta.

5.- Desde hace que tiempo manejan algunos blogs/bitácoras como un servicio de participación ciudadana?

Sí, desde hace varios años. Uno de nuestros primeros blogs, Ciudadano M, está completamente destinado a la información ciudadana:
<http://www.elmundo.es/elmundo/blogs/ciudadanom/index.html>

6.- Por qué en la página “Hacemos esto” los periodistas no cuentan con una lista de email para poder contactarles?

Efectivamente, por cuestiones de ‘spam’.

6.- ENTREVISTA AL DIARIO REFORMA.COM

Facilitador: Lucero Longino, coeditora de la Web Titular de REFORMA.COM

CONTENIDOS INFORMATIVOS

1.- Por qué la mayoría de acceso a la información es restringida, si puedo conseguir las mismas noticias en otros medios y gratis?

Hay varias razones:

1. Consideramos que nuestra información tiene valor. Es confiable, es útil para nuestros lectores y por ello creemos que, como cualquier otro servicio de calidad, es muy válido cobrar por él.
2. Aspiramos a ser un sitio autosuficiente, que como cualquier otra empresa subsane sus costos de operación con ingresos propios y no 'sangrar' económicamente a la edición impresa, como ocurre en otras empresas periodísticas. En Internet, la publicidad por sí sola no cubre los costos de hacer el sitio.
3. No queremos poner a competir al sitio con la edición impresa que sí cuesta. Existe un claro canibalismo entre la edición Web y print que debemos evitar porque al menos hasta ahora, los ingresos mayores los recibimos de las ventas y publicidad de la edición impresa.

Actualmente los periódicos del mundo están discutiendo cómo hacer para cobrar por el ingreso a sus sitios.

(Esta pregunta fue respondida por Luis Uriarte, Coordinador Editorial REFORMA.COM)

2.-Cuál es el propósito de utilizar un verbo en los titulares como inicio de este contenido?

Grupo Reforma decidió establecer en su Manual de Estilo el verbo en presente (verbo activo) para los encabezados, esto con el fin de transportar al lector a la actualidad, es decir, para dar frescura a la información.

3.- Con qué objetivo proporcionan cierta información, si la información de REFORMA.COM es exclusivo para suscriptores?

La información tiene un valor y calidad que también debe de ser compartida con aquellos que no se han decidido a ser suscriptores. De esta forma mostramos al público los beneficios informativos de los que puede ser acreedor, así como la variedad de materiales exclusivos de REFORMA.COM que podría consultar, como son los reportajes en gráfico animado, videos, audios, fotogalerías. Otro criterio que se usa para la liberación de información es cuando se trata de información utilitaria, con el fin de dar servicio a aquellos que no son suscriptores. Ejemplo: Toda la cobertura de la influenza (entre abril y mayo) fue libre, desde notas, gráficos, videos, fotogalerías y guías.

4.-Qué secciones son las más frecuentadas por los usuarios?

Editoriales, Nacional, Ciudad y Cancha

5.- Cuál es la diferencia de reforma.com, elnorte.com y mural.com.

Aunque compartimos en Grupo reforma las mismas plataformas técnicas, hay independencia editorial para cada una de las plazas.

La jerarquía en la información es distinta, ya que cada uno destaca lo que la comunidad inmediata le interesa.

Son equipos de edición web diferentes. Cada plaza (reforma.com, elnorte.com y mural.com) tiene independencia en los productos de valor agregado y especial, es decir, no todos llevan los mismos gráficos animados, videos, fotogalerías.

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

1.- Por qué este medio no ha incluido en sus servicio la opción de personalizar la portada al gusto del lector?

Priorizamos la información, pocos usuarios demandan este contenido (personalizar la portada), por la premura de tiempo el lector se dedica a revisar el contenido noticioso.

2.- A parte del lector electrónico de textos, que es útil para personas no videntes, han visto la necesidad de ofrecer otras herramientas para discapacitados?

Mas herramientas de las que ya ofrecemos, no.

3.- Cree usted que para brindar un servicio más eficiente al lector, sería indispensable crear un Mapa de sitio en su página Web?

Sí, entre las posibilidades de proporcionar eficacia en información, podríamos considerar este servicio.

4.- Varios medios digitales han incluido en sus contenidos Nube de Tag, reforma.com por qué no lo ha hecho?

Hay algunos implementos que queremos considerar en el próximo cambio de diseño, la Nube de Tag puede ser uno de ellos.

INTERACTIVIDAD, MULTIMEDIA, HIPERTEXTUALIDAD

1.- Cuándo nació la idea de introducir diferentes formatos de (audio, video, fotografías, hipertextos) a sus páginas Web?

Desde la concepción y el nacimiento de reforma.com en el 2000.

2.- Reforma.com comparte los recursos audiovisuales y multimedia, con el medio impreso?

Se le da pase desde la versión impresa a los materiales multimedia y en ocasiones se toman fotos de videos para incluirse en la versión impresa.

3.- Por qué los contenidos noticiosos de este diario-online no emplean enlaces intra texto y enlaces externos (hacia fuera)?

Intra texto: En lugar de los 'intra texto' destacamos en diversos espacios las notas cronológicas y relacionadas.

Enlaces externos: Sí los utiliza. Se liga regularmente a documentos extensos o bases de datos para que el lector tenga la información completa.

4.- Este medio es un producto interactivo y multimedia, que va integrando todos los recursos: el texto, la imagen, la fotografía, la infografía, la animación, el video y el sonido. ¿Qué recurso cree usted que se presenta más en su medio?

Gráficos animados, fotogalerías, video y audio.

6.- Cuenta con un manual de estilo para periodistas digitales?

El manual de estilo de reforma.com está en proceso de aprobación.

7.- Las noticias que se editan en su publicación cuentan con normas enfocadas a la redacción digital?

No, la estructura de del contenido de cada noticia, es similar al del medio impreso.

8.- Cada qué tiempo se actualiza la información?

Reforma.com no tiene horarios establecidos de publicación. Conforme se genera la noticia se va publicando, puede durar 10 minutos la información o 2 horas, el tiempo varía.

9.- A qué hora de la noche este medio cambia sus páginas a las del siguiente día?

El tiempo real continúa durante la madrugada, en donde la información que predomina es la internacional y de justicia (por los horarios). Las notas exclusivas se publican a las 5 am.

10.- Cada qué tiempo reforma.com renueva el diseño y el contenido de su página?

Reforma.com no tiene horarios establecidos de publicación. Conforme se genera la noticia se va publicando, puede durar 10 minutos la información o 2 horas, el tiempo varía. Lo que es cierto, es que bajo la filosofía del tiempo real una nota no se puede mantener como principal por más de dos horas.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1.- Los géneros periodísticos son estructurados en la Web de la misma forma como se los hace para los medios tradicionales?

Básicamente la estructura es la misma, pero usamos diversos recursos multimedia para apoyar la información. La estructura de la nota es básica para la información de tiempo real, crónica en texto o para fotogalerías, reportaje, etc, y en productos especiales se usa lenguaje de radio y TV.

2.- Los reporteros del periódico Reforma redactan para la versión impresa y la digital?

No así, los editores, pues cada uno tiene su equipo que edita, de acuerdo a las necesidades que se tengan, la información para cada versión.

En el género Noticia el estilo de redacción es similar, no así el que se usa en los productos multimedia, en donde se usan otros.

3.- Los periodistas de este medio, cuentan con otros títulos a parte de la Licenciatura en Periodismo?

Sí hay diversidad en las licenciaturas de los periodistas que trabajan para Grupo Reforma (versión digital e impresa).

4.- Cuáles son los géneros periodísticos utilizados para la Web?

Se usan todos los géneros periodísticos.

5.- Entre el contenido informativo de este diario digital, que género cree usted que es el más visitado por los lectores, el de información, el de opinión o el de interpretación?

Opinión e información

4.- Qué parámetros se consideran para redactar una noticia para la Web?

La nota en tiempo real exige crear textos breves, concisos, directos pero completos, atractivos y bien escritos. Una nota en tiempo real debe conservar lo siguiente:

+ Las preguntas básicas para la elaboración de la nota (qué, quién, cómo, cuándo, etc)

+ La redacción para internet es lineal. Las estructuras gramaticales complejas pueden ocasionar pérdida de claridad.

+ Se debe usar lenguaje objetivo, sin adjetivos ni palabras redundantes

+ Las notas debe de ser cortas y precisas.

+ Debe incluir citas directas

+ Verificar fuentes

SALAS DE REDACCIÓN

1.- Existe una integración de las salas de redacción tradicionales y on-line?

Los dos diarios del Grupo REFORMA (tradicional y virtual) comparten la sala de redacción. Somos una estructura integrada.

2.- Los periodistas digitales tienen un horario específico de trabajo?. Realizan turnos por la noche?

El equipo periodístico no tiene horario específico, pero cumplimos turnos nocturnos.

3.-Cuál es la mayor ventaja de la integración/ no integración en su sala de redacción con el uso de las NTIC´s? (fuentes, investigación de temas, inmediatez de la información, multimedialidad, etc.)

Con estos contenidos de fácil acceso, los usuarios prefieren nuestra información.

4.- El personal ha recibido capacitación sobre comunicación digital?

De manera frecuente, todo el equipo periodístico es capacitado por profesionales expertos en la materia.

6. Los reporteros del periódico Reforma redactan para la versión impresa y la digital.

Todo el grupo de periodista redacta contenidos para el medio impreso y digital. No así, los editores, pues cada uno tiene su equipo que edita, de acuerdo a las necesidades que se tengan, la información para cada versión.

PLATAFORMAS

1.- Cuáles son las plataformas que conoce?. Cuáles están utilizando y les ha dado mejor resultado?

Facebook, Twitter, You tube. Indiscutiblemente Facebook nos proporciona mayor utilidad.

2.- Qué servicios ofrece a través del sitio Web del medio?

Varios: Servicios informativos y comerciales.

3.- Cómo ofrece la información el sitio Web de su medio?

- Video**
- Audio**
- Boletines Electrónicos**
- Galerías**
- Texto e imágenes**
- Otros**

En el caso de existir otros, indique cuáles.

4.- Ha creado cuentas de usuario en los servicios?

- You Tube**
- Flickr**
- Hi5**
- Facebook**
- Twitter**
- Cover It Live**
- En ninguno**
- Otros**

En el caso de existir otros, indique cuáles.

5.- Los periodistas de su medio poseen cuentas de usuario individuales para coberturas, en qué servicios.

- You Tube**
- Flickr**
- Hi5**
- Facebook**

- () Twitter
- () Cover It Live
- () En ninguno
- () Otros

En el caso de existir otros, indique cuáles.

6.- Desde hace que tiempo este medio es usuario de los servicios mencionados?

Desde hace dos años aproximadamente.

7.- Utilizan chat como medio de interacción con la audiencia?

Sí.

8.- Cuál es el número de usuarios que visitan su sitio Web?

114,631

9.- Estaría dispuesto a utilizar estrategias de social media, para compartir su información?

Si lo hacemos.

10.- En algún contenido informativo hay presencia foto-móvil?

Sí usan laptop, celular, blackberry, iphones, etc a través de los cuales hacen sus envíos de imagen, foto y video. Diariamente se utilizan. Con base en la agenda del día, se asigna un equipo especial para que los fotógrafos hagan el envío desde el lugar de la cobertura, y no pierdan tiempo en el traslado.

En el caso de los reporteros es diario el uso de celulares (blackberry o iphone) para el envío de las notas.

Cuando hay coberturas especiales se asigna una mayor cantidad de recursos a la cobertura.

PERIODISMO PARTICIPATIVO

1.- Cómo se evidencia la participación ciudadana en el medio?

En una parte creada específicamente en la materia que se llama TU ESPACIO.

2.- Este diario se rige a algunas normas para publicar o no las noticias que envía la comunidad?

Las noticias enviadas por la comunidad se reportean, lo que se publica literal son sus cartas.

3.- Qué elementos se incluyen para propiciar la participación de los usuarios?

Foros de opinión colocados en cada una de las notas, blogs, twitter. Además, se realizan concursos o trivias.

4.- A parte de las cartas al editor, qué otras herramientas se utilizan?

La intranet de Tu Espacio.

5.- En qué medida son tomadas en cuenta las ideas, comentarios y sugerencias del público?

Al 100%. Se da seguimiento a denuncias o temas que ellos plantean. El ciudadano tiene un lugar importante en reforma.com. Además, Grupo Reforma cuenta con los Consejos Editoriales, que son ciudadanos que por un año participan haciendo crítica, así como dando sugerencias y opiniones de las ediciones.

7.- FOTO PORTADA del diario ELMUNDO

• La verdadera grandeza, no necesita la humillación del resto (Amado Nervo) •

EL MUNDO.es

SÁBADO 31 DE OCTUBRE DE 2009. AÑO XXI. NÚMERO: 7.257. EDICIÓN MADRID. PRECIO: 1,50 €.



El paraíso africano de Elena Cué en Kenia
Cortina le compró una finca enorme; ahora la ha tenido que devolver / LA OTRA CRÓNICA



«Dijo lo que quería en vida. No hay memorias»
La viuda de Sabino Fernández Campo, María Teresa Álvarez, se sincera / LA OTRA CRÓNICA



La ministra que ama la literatura
Beatriz Corredor, titular de Vivienda, descubre su lado más humano / YO DONA

Hombres clave de CiU y PSC con esposas y a la cárcel

Garzón dicta prisión incondicional contra Alavedra, Prenafeta y los socialistas Bartomeu Muñoz, alcalde de Santa Coloma, y el ex diputado Luis García Sáez

MANUEL MARRACO / Madrid
Los hombres clave del pujolismo Macià Alavedra y Lluís Prenafeta ingresaron anoche en prisión por orden del juez Garzón. A petición de la Fiscalía Anticorrupción, el magistrado de la Audiencia Nacional también envió a la cárcel a otros tres hombres importantes del socialismo catalán, el todavía alcalde de Santa Coloma de Gramenet (Barcelona), Bartomeu Muñoz, su edil de Urbanismo, Manuel Do-

Alavedra y Prenafeta cobraron comisiones de 637.590 € y «desplegaron una actividad agotadora para lograr voluntades en el ámbito político»

barco, y el ex diputado del PSC Luis García, supuesto cerebro de la trama desarticulada en la operación Pretoria 2.
El otro alto funcionario del Ayuntamiento barcelonés, Pascual Vela, y los tres empresarios arrestados quedaron en libertad con la obligación de pagar antes del lunes fianzas de entre 25.000 y 500.000 euros.
Sigue en **página 4**
Editorial en **página 3**



El ex 'conseller' de GU Macià Alavedra llega, ayer, esposado a la Audiencia Nacional para comparecer ante el juez Garzón. EFE/TV

Cospedal considera 'más graves' las palabras de Costa que las de Cobo

La sanción al vicecalde de Madrid será leve si se retracta

CARMEN REMÍREZ DE GANUZA / Madrid
María Dolores de Cospedal dejó ayer sentado, por si quedaban dudas sobre el criterio aplicado por la dirección del PP, que Ricardo Costa ha hecho «más daño» al partido que Manuel Cobo.
Pasados cinco días de la publicación de las duras declaraciones del vicecalde de Madrid contra Esperanza Aguirre y su equipo en la

portada de *El País*, la secretaria general del PP las sentenció en Telecinco como «inaceptables».
«Ese tipo de declaraciones, con publicidad y en un medio de comunicación no se pueden tolerar en un partido político», añadió el número dos de Mariano Rajoy, que

Rajoy da a Camps hasta el lunes para que reestructure el partido / Página 12

confió al comité de Derechos y Garantías del partido la correspondiente sanción estatutaria.
No obstante, Cospedal intentó zanjar la polémica sobre la doble vara de medir de la cúpula del PP al añadir que, en todo caso, las declaraciones de Cobo «son distintas» de las que realizó Ricardo Costa. Consideró estas últimas «más graves».
Sigue en **página 10**

Los artistas del 'No a la guerra' contra la «libertad avariciosa del mercado»

Madrid
Parece la misma foto de hace seis años, pero el lema ha cambiado, como ha cambiado la situación económica. Si a finales de 2003 gritaron *No a la guerra*, decenas de artistas e intelectuales de renombre popular intentaron ayer demostrar que también son sensibles a la crisis y cargaron contra la «libertad avariciosa del mercado». Los mismos que encumbraron antaño a Zapatero cludieron esta vez mencionarlo. **Página 14**

El Ministerio de Innovación da 7 millones al Basque Culinary Center

JONE GUINDO / San Sebastián
Será la primera Universidad en Ciencias Gastronómicas de España y la segunda de Europa, siguiendo la estela de la italiana, ubicada en Piemonte. Innovación le ha destinado 7 millones de euros. **Sigue en página 18**

Telefónica lleva su central de compras a Alemania para ahorrar impuestos

Página 36



DISFRUTAR ES UNA LUZ VERDE
NUEVO BMW X3 xDRIVE18d DESDE 32.900 EUROS
Pág. 07
Consumo promedio 6,2 l/100 km. Emisiones de CO₂: 161 g/km.

8.- FOTO PORTADA del diario elmundo.es

elmundo.es. Líder de información en español - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección http://www.elmundo.es/

Search New TOP Play Now All Games 13°C

JUEGA TODOS LOS BOTES
POR MENOS DE 1€ AL DÍA
Jugar Ahora

Ofrecido por Ventura24.es barcelona world race

ELMUNDO edición impresa Multimedia Blogs Especiales Hemeroteca Motor Viajes Yodona Metrópoli Gentes! Vivienda

Madrid 10°C 21°C

Google elmundo.es

Portada España Mundo Europa Opinión Deportes Economía Cultura Ciencia Salud Tecnología Comunicación TV Solidaridad Tu mundo

Madrid Barcelona Baleares C. Valenciana Castilla y León País Vasco Andalucía elmundo.es AMÉRICA

HOY EN EL MUNDO Consulte la portada de este domingo en PDF »

VIDEO LIGA 09/10 Ir al especial

SÚPER-HIGUAIN Todos sus goles clave

A.BILBAO 1-A.MADRI Videoresumen del partido

XEREZ 0-SEVILLA 2 Video-resumen del partido

ATLÉTICO Se estrelló con los palos

NEGREDO Golazo y 'cabezazos'

OPINIÓN Análisis especialistas

CONSULTORIO Pregunte a J.M. Lillo

MUNDO Ningún avance en el proceso de paz en Oriente Próximo

Clinton: 'El freno a las colonias israelíes nunca'

Deportes

FÚTBOL LIGA 09/10 Quiniela

1ª DIVISIÓN Jornada 9 Clasificación

S/18:00 R.Madrid 2 - 0 Getafe

Internet

Elaborado por: elmundo.es

9.- FOTO PORTADA del diario REFORMA.COM

31-Oct-09 8/18 °C

SUSCRIBETE A REFORMA.COM

REFORMA.COM

ver edición impresa
SUSCRIBETE AHORA
servicios del suscriptor

GANCHA
Derrota la Máquina a los Potros

- Estadísticas
- Compara tu equipo
- Gómez Junco

Indios 0-2 Puebla
2do tiempo

Tigres 0-2 UAG
2do tiempo / minuto a minuto

Atlas vs. Pachuca
20:45 horas / minuto a minuto

Reciben Filis a Yanquis en el Juego 3

PRIMERA FILA
Cine fantástico y de terror en el DF
Más eventos

cinemagüía

QUÉ HACER ESTE FIN: | restaurantes | antros | bares | cafés | museos | parques | centros comerciales

MLB WORLD SERIES 2009

	C	H	E
Yanquis	0	0	0
Filis	3	4	0

serie: 1-1 Sa alta

actualizar

pizarra deportiva

cobertura

Inician en Pleno discusión sobre paquete

Carole Simonnet y Claudia Salazar

La Cámara baja reinició la sesión para discutir las 17 modificaciones que realizó el Senado en la madrugada de este sábado al paquete fiscal. (31-10-09)

- Advierten reducción a impuesto al tabaco (31-10-09)
- Abren diputados discusión de ajustes (31-10-09)

Rechaza Jones

telcel RIVEROS

http://www.reforma.com/cancha/articulo/525/1049478/

Elaborado por: REFORMA.COM

10.- FOTO PORTADA del diario REFORMA

REFORMA
SOLARÓN DE MÉXICO

12 de octubre de 2012
\$ 12.00

INTERNACIONAL
Ponen avadoren en aprisa a Chaz:
El ex Presidente haitiano comenzará a ser juzgado por el crimen de asesinato de un periodista en París.
REDA 1

PEGA TROMBA AL NORTE DEL DF
Una camioneta abalanzó sobre un taxi y mató al conductor.
• La camioneta se desmoronó sobre el taxi y se estrelló en la calle.
• El conductor del taxi murió.
• La camioneta se incendió.
• El accidente ocurrió en la zona norte del DF.
REDA 1

Reforman la 'ley Sabines'
El Senado aprobó la reforma a la ley que regula el uso de armas de fuego.
REDA 1

Dejan IVA a 16%
El Senado aprobó la reforma que reduce el IVA del 18% al 16%.
REDA 1

¿Qué aprobarán los senadores?
El Senado aprobará la reforma que reduce el IVA del 18% al 16%.
REDA 1

COMERCIALIZACIÓN SOCIAL
El Senado aprobó la reforma que regula la comercialización social.
REDA 1

COMPTON BARRILETEROS
El Senado aprobó la reforma que regula el comercio de barriles.
REDA 1

ESTRIMA CALA DEL PIR
El Senado aprobó la reforma que regula el comercio de piratas.
REDA 1

COMERCIALIZACIÓN SOCIAL
El Senado aprobó la reforma que regula la comercialización social.
REDA 1

COMPTON BARRILETEROS
El Senado aprobó la reforma que regula el comercio de barriles.
REDA 1

ESTRIMA CALA DEL PIR
El Senado aprobó la reforma que regula el comercio de piratas.
REDA 1

Falla comando; lo libera juez
El juez liberó al acusado de asesinato de un periodista.
REDA 1

Matan a líder agrario
Un campesino fue asesinado por un grupo de hombres armados.
REDA 1

Levantán el vuelo
El vuelo de un avión fue cancelado por problemas técnicos.
REDA 1

Persigue 'Lolita' a americanista
El gobierno persigue a una activista por sus opiniones.
REDA 1

OPINIÓN Y COLUMNAS
Julia Carbantes, Rene Delgado (11) • Jaime Sánchez Rosas, Javier González Garza (11)

Elaborado por: REFORMA