



**Comité de Estudios de Postgrado  
Especialización en Periodismo Digital**

**Propuesta de optimización de la sección Correo del Pueblo en la  
versión online de El Universal para propiciar la  
participación interactiva de los usuarios**

**Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de  
Especialista en Periodismo Digital**

Autor: Pimentel, Alfredo

Tutor: García, Víctor Manuel

**Caracas, 05 de Abril de 2011**

**Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado**

**Especialización en Periodismo Digital**

**Coordinación**

**Presente.-**

Por este medio le comunico que he revisado el Trabajo Especial de Grado titulado *“Propuesta de optimización de la sección Correo del Pueblo en la versión online de El Universal para propiciar la participación interactiva de los usuarios”* que está presentando la Lic. Alfredo Pimentel, C.I. 16.248.598, el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación por parte del Jurado examinador.

Se suscribe atentamente,

**Víctor Manuel García**

**C.I. 79.556.160**

## DEDICATORIA

*A mi esposa, por acompañarme en esta meta de vida*

*A mis padres, por siempre confiar en mí y creer en mi carrera profesional*

*A Dios, por retornos a superarnos cada día más y hacernos saber que su  
tiempo es perfecto*

## AGRADECIMIENTO

Ha sido una corta pero intensa experiencia el paso por la especialización en Periodismo Digital, un ejercicio verdaderamente gratificante que dejó muchos frutos en mis conocimientos profesionales. Es por ello que quiero agradecer a algunas personas que sin su apoyo durante este tiempo no hubiese sido posible concretarlo.

En primer lugar a mi esposa Grecia, de quien recibí todo el apoyo y compañía en mi pasaje por la especialización. Muchas noches de desvelo y cambios en nuestra rutina de vida, nos enseñaron que los proyectos pueden cumplirse si se cuentan el uno con el otro.

Al diario ***El Universal***, por ofrecerme la ayuda educativa para la realización de este postgrado. Incentivos como este hacen ver la preocupación de la empresa por el crecimiento profesional de sus empleados, el cual es retribuido con proyectos como el que se presentará en este Trabajo Especial de Grado.

Qué más orgullo que contar con la tutoría del profesor Víctor García, de la Universidad de Sabana, Colombia. Su gran aporte en los momentos claves hizo de este Trabajo Especial de Grado una fuente de consulta para el CGU en Venezuela.

A la Universidad Monteávila y sus profesores, por ser pioneros en la formación de profesionales en Periodismo Digital en el país, y ofrecernos sus conocimientos en pro de inculcarnos una cultura periodística multiplataforma.

A Miguel Maita, Robert Gómez, Tulio Casal, Elides Rojas, Taisa Medina, Miguel Sanmartín y Roger Vivas, por sus aportes a este proyecto.

## RESUMEN

***El Universal*** es el periódico de mayor tradición en Venezuela. Durante 100 años ha mantenido su liderazgo en el mercado, gracias a su capacidad de renovación y acondicionamiento a los requerimientos de sus lectores. Entre sus secciones participativas se encuentra la tribuna abierta *Correo del Pueblo*, un espacio que aparece a diario en la edición impresa y digital, y que está dedicado a los lectores que deseen expresar cualquier denuncia, queja o agradecimiento a una empresa, ente del Estado, personalidad o servicio en particular. La llegada de la Web 2.0 cambia el paradigma de publicación del diario a un mejor entorno, donde se mejora la comunicación tanto con el anunciante como con el lector. Y esta sección de importante receptividad y de mucha efectividad también puede ser aprovechada al máximo por el medio en el espacio digital; más allá de lo que es publicado solo en su versión impresa. Es por ello que viendo las nuevas tendencias participativas y de producción de Contenido Generado por los Usuarios, el medio de comunicación demandó la modificación del *Correo del Pueblo*, incluyendo herramientas Web 2.0, para propiciar la colaboración de los lectores y a su vez aumentar la lectoría. De allí parte la presente propuesta de inclusión de herramientas como los mensajes a través de la red social Twitter, mensajes de texto desde teléfonos móviles, y foto galerías con leyenda con la finalidad de propiciar la participación interactiva de los usuarios. Para ello se procedió a realizar una investigación de tendencias de espacios dedicados al Contenido Generado por los Usuarios, se escogieron los elementos Web 2.0 a utilizar, se diseñó la propuesta y finalmente fue evaluada por los expertos en los procesos web de *Eluniversal.com*.

**Palabras Claves:** El Universal, Correo del Pueblo, Contenido Generado por los Usuarios, Web 2.0, participación.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>Introducción .....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo I Planteamiento del Problema.....</b>	<b>15</b>
1.1 Enunciado.....	15
1.2 Enunciado del problema .....	15
1.3 Objetivo general.....	15
1.3 Objetivos específicos.....	16
1.5 Justificación .....	16
<b>Capítulo II Contenido Generado por los Usuarios en los medios digitales .....</b>	<b>19</b>
2.1 Contenido Generado por los Usuarios (CGU) .....	19
2.2 La Web 2.0 .....	23
2.3 Participación en los medios .....	26
2.4 El futuro de la información .....	31
2.5 Antecedentes.....	34
<b>Capítulo III Marco Contextual.....</b>	<b>39</b>
<b>Capítulo IV Marco Metodológico .....</b>	<b>43</b>
Etapa I Investigación .....	43
Etapa II Diseño .....	45
Etapa III Evaluación.....	46
<b>Capítulo V Propuesta de Optimización de la sección Correo del Pueblo en la versión online de El Universal.....</b>	<b>48</b>
Diseño de la arquitectura.....	48
Diseño de la interfaz .....	53

Contenido Editorial .....	56
Usabilidad .....	57
Procesos de seguridad para las publicaciones.....	58
Producto final.....	60
<b>Conclusiones .....</b>	<b>62</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>65</b>
<b>Lista referencial .....</b>	<b>66</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Contacto Directo y Cartas .....	49
<b>Figura 2.</b> Foto denuncia .....	50
<b>Figura 3.</b> Correo Twitter .....	51
<b>Figura 4.</b> Correo SMS. ....	52
<b>Figura 5.</b> Logo Correo del Pueblo .....	53
<b>Figura 6.</b> Ilustración.....	54
<b>Figura 7.</b> Servicios. ....	54
<b>Figura 8.</b> Opinión.....	55
<b>Figura 9.</b> Derechos Cartas .....	56
<b>Figura 10.</b> Derechos Fotos.....	56
<b>Figura 11.</b> Derechos Twitter .....	56
<b>Figura 12.</b> Derechos SMS .....	57
<b>Figura 13.</b> Producto Final.....	60



## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Río de Noticias.....	70
<b>Anexo 2.</b> Doble Vía .....	71
<b>Anexo 3.</b> Correo del Pueblo Actual .....	73
<b>Anexo 4.</b> Yo Periodista El País .....	75
<b>Anexo 5.</b> Testigo Urbano Clarín .....	77
<b>Anexo 6.</b> Reportero Ciudadano El Universal.mx.....	79

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años el Contenido Generado por Usuarios se ha expandido debido al desarrollo y disponibilidad de las tecnologías para su producción: video y fotografías digitales, mensajería de texto y correos electrónicos por celulares, blogs, foros o pizarras de mensajes y audio al alcance de los usuarios.

La variedad de herramientas que permiten la comunicación y la participación activa de los ciudadanos, ha creado un nuevo universo en el mundo de la comunicación. Este fenómeno ha sido posible gracias a la aparición de la Web 2.0, que es definida como todas las utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios, ya sea en su contenido, en la forma de presentarlos, o en el contenido y en la forma simultáneamente (Ribes, 2007).

Es por ello que la proliferación de sitios en los cuales el contenido es generado por los usuarios, está provocando un cambio en el comportamiento de los internautas que los visitan.

Y es que la relación entre los medios y los lectores se ha alterado para siempre. Quien ignore este fenómeno verá cómo el Contenido Generado por los Usuarios –en adelante CGU– ya no es el periodismo simple, sino la evolución de la manera de informar.

Los medios de comunicación digitales han sentido esta necesidad de recabar la participación activa de los lectores. Sin embargo, la adaptación de estas plataformas al periodismo ha sido lenta.

En el caso venezolano las páginas en la Internet de *Globovisión*, *Últimas Noticias* y *El Nacional* han incluido modos participativos que buscan captar al público. ***El Universal*** también se ha actualizado con la aplicación de canales como Twitter y Ustream, los cuales se han vuelto fuertes difusores de noticias gracias a la intervención de los usuarios.

***El Universal*** es el periódico de mayor tradición en Venezuela. Durante 100 años ha mantenido su liderazgo en el mercado, gracias a su capacidad de renovación y acondicionamiento a los requerimientos de sus lectores. Y está claro para los directores del medio que debe ajustarse al fenómeno del CGU.

La tribuna abierta *Correo del Pueblo*, espacio participativo de ***El Universal*** dedicado a sus lectores, data de hace 40 años. Esta tradición histórica la convierte en la sección bandera de participación ciudadana en Venezuela. Dicho espacio no puede quedarse atrás en este progreso de innovación sobre la difusión de información. De ahí la importancia para este medio de cambiar y aprovechar la tendencia multiplataforma para crecer como espacio público de participación.

De esta forma, nace este proyecto que se ubica dentro del campo de *Las Ciencias de la Comunicación*, y que está orientado en la creación de una *propuesta gráfica para la optimización de la sección Correo del Pueblo en la versión online de **El Universal** para propiciar la participación interactiva de los usuarios.*

Dicho proyecto pondrá a prueba la efectividad de los instrumentos que hoy nos ofrece la Web 2.0 en los espacios de interacción de los medios de comunicación. Por ende la “participación” es el área en el que está enfocado este Trabajo Espacial de Grado y también su objeto de estudio.

Su propósito abarca únicamente la sección *Correo del Pueblo*, una publicación que **El Universal** solo trabaja para la versión papel del diario y que revierte sin cambio alguno en su página web. El *Correo del Pueblo* se diferencia así del espacio también participativo del medio denominado *Doble Vía*, que explota contenido de los usuarios relacionados con salud, entretenimiento, turismo y encuestas en ambas plataformas.

El *Correo del Pueblo* es una sección de importante receptividad que puede ser aprovechada al máximo en el espacio digital. Con ello se fomentaría la participación y, por ende, crecería la lectoría de *Eluniversal.com*. Además, daría entrada a nuevos formatos como las fotografías, videos y posicionamiento de la marca en redes sociales.

El proceso de rediseño de *Eluniversal.com* en 2006, para aplicar la transición de la Web 1.0 a la Web 2.0, nos sirvió de guía para la creación de un modelo innovador e interactivo en el *Correo del Pueblo*. El *site* de **El Universal** era una página plana de información que carecía de hipertextualidad y solo publicaba la misma información de la versión papel, una situación muy parecida a la que se presenta ahora con dicha sección.

Esta transición requiere de un proceso de investigación en medios digitales que contengan espacios similares y que apliquen herramientas Web 2.0., escoger cuáles elementos se quieren implementar para innovar el modo

de participación y luego diseñar una propuesta que posteriormente sea evaluada por expertos.

De esta forma fueron manejados los objetivos del presente Trabajo Especial de Grado (TEG), con el fin de poder obtener una propuesta gráfica del *Correo del Pueblo* óptima para su aplicación.

En ese sentido, el presente proyecto está segmentado de la siguiente forma:

En el Capítulo I encontraremos el enunciado del problema, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación.

El Capítulo II, titulado Contenido Generado por los Usuarios (CGU) en los medios digitales, dará un recorrido por los principales conceptos que soportan el CGU, la Web 2.0, la participación en los medios y el futuro de la información. Igualmente en él se hará una breve descripción del Antecedente que soporta este Trabajo Especial de Grado.

En el Capítulo III se presenta el Marco Contextual del diario ***El Universal***, en el cual se ofrece una breve reseña histórica tanto del medio de comunicación como del espacio *Correo del Pueblo*.

En el Marco Metodológico, Capítulo IV, explicamos las fases planteadas en el TEG y sus tareas para el cabal cumplimiento: en primer lugar el proceso de Investigación, luego el diseño de la propuesta y finalmente la evaluación por los expertos en los procesos de innovación de *Eluniversal.com*.

El Capítulo V abarca la realización de la propuesta de optimización de la sección *Correo del Pueblo* en la versión *online* de ***El Universal***. Aquí explicamos cómo está compuesto el diseño de la arquitectura de la información, el diseño de la interfaz, el contenido editorial, la usabilidad y los procesos de seguridad para las publicaciones.

Las conclusiones y los logros obtenidos de este proyecto se encontrarán posteriormente al Capítulo V, al igual que las recomendaciones a ***El Universal*** para la implementación del nuevo diseño del *Correo del Pueblo*.

Basados en todo lo mencionado con anterioridad, a continuación les presentamos el desarrollo del Trabajo Especial de Grado.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 Enunciado**

Propuesta de optimización de la sección *Correo del Pueblo* en la versión online de ***El Universal*** para propiciar la participación interactiva de los usuarios.

#### **1.2 Enunciado del problema**

Mediante este Trabajo Especial de Grado, se pretende realizar una propuesta de optimización de la sección *Correo del Pueblo* en su versión digital, con el fin de brindarles a los lectores un mejor espacio de participación orientado a la publicación de quejas, reclamos y agradecimientos. El mejoramiento de este espacio puede traducirse en el aumento de la lectoría de *Eluniversal.com*.

#### **1.3 Objetivo General y Objetivos Específicos**

##### Objetivo General:

Proponer la optimización de la sección *Correo del Pueblo* en la versión online de ***El Universal*** para propiciar e incentivar la participación interactiva de los usuarios.

#### Objetivos Específicos:

- Definir las herramientas de interacción que serán aplicadas.
- Plantear la división de temas que serán tocados dentro de la página.
- Diseñar propuesta gráfica para el *Correo del Pueblo* versión *online*.
- Evaluar propuesta de optimización en ***El Universal*** a través de los expertos en web.

#### **1.4 Justificación**

La Internet se está convirtiendo en el medio de medios. Se trata de una tendencia inevitable. Por esa razón, muchas cadenas de información han desarrollado sus proyectos online desde el mismo momento de su expansión. Al mismo tiempo, nuevas plataformas tecnológicas gratuitas les están abriendo las puertas a las audiencias para que sean partícipes de la producción de información.

El *Correo del Pueblo*, sección participativa bandera de ***El Universal***, no puede quedarse atrás en este progreso de la información. De ahí la importancia para este medio de cambiar y aprovechar esta tendencia para crecer como espacio público de participación.

La comunicación con el lector está cambiando: ahora es participativa. El lector genera contenidos, valora y comenta la noticia. La tecnología le brindan las herramientas -de texto, imagen y video- para reportar la noticia desde el lugar de su ocurrencia. Desde hace 40 años, el *Correo del Pueblo* ha acompañado a los venezolanos como espacio para expresar sus opiniones. Con esta nueva herramienta *online* se abriría una tribuna al



público interactivo y, además, los ciudadanos podrán aprovechar la inmediatez del medio y las herramientas Web 2.0 que hay disponibles.

Este proyecto pondrá a prueba la efectividad de los instrumentos que hoy nos ofrece la Web 2.0 en los espacios de participación. Para su realización ayudan las nociones obtenidas en las materias *Diseño gráfico y composición para proyectos web* y *Sociedad de la información y periodismo digital* recibidas dentro del programa de Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila.

Igualmente el Trabajo Especial de Grado servirá de guía a futuros estudiantes que encontrarán documentado el paso de un espacio de participación de un medio de comunicación impreso a la versión web, ofreciendo herramientas interactivas para facilitar la colaboración de los usuarios.

Este Trabajo Especial de Grado es viable en la práctica porque ***El Universal*** dispone de los instrumentos tecnológicos y humanos para realizarlo.

Su instrumentación tecnológica se basa en la disposición de equipos de computación, con conexión a Internet, impresora y programas de diseño como Adobe PhotoShop e Illustrator para realizar la optimización del *Correo del Pueblo*. Además un paquete de programa Microsoft Office, que contiene Word y PowerPoint.

En el ámbito humano, se cuenta con la tutoría del Jefe del Área de Periodismo de la Universidad de La Sabana de Colombia, licenciado Víctor Manuel García. Además, la asesoría de la especialista en Trabajos Especiales de Grado, la licenciada María Eugenia Peña de Arias, profesora

de la Cátedra Seminario Especial de Grado en la Universidad Monteávila; especialista en Web 2.0, licenciado Robert Gómez, encargado de los procesos de innovación de la página web de ***El Universal***; y del periodista Miguel Maita Jiménez, Editor de la sección *Opinión* del medio de comunicación y coordinador del *Correo del Pueblo* desde hace al menos 11 años. También se cuenta con el apoyo de la editora de la redacción digital de *Eluniversal.com*, licenciada Raquel García y del coordinador, licenciado Tulio Casal.

Es un proyecto que cubre las expectativas profesionales del estudiante porque además de estar aplicando la materia impartida en la Especialización en Periodismo Digital, lo está haciendo en el área que ha venido trabajando desde hace seis años en el formato papel de ***El Universal***: el *Correo del Pueblo*. El salto de plataforma, tomando en cuenta la interactividad y pensando en las herramientas Web 2.0 que pueden ser aprovechadas, dará al estudiante experiencia en el mundo de la interactiva participativa.

## **CAPÍTULO II**

### **CONTENIDO GENERADO POR LOS USUARIOS (CGU)**

#### **EN LOS MEDIOS DIGITALES**

### **2.1 CONTENIDO GENERADO POR LOS USUARIOS (CGU)**

El CGU es aquel contenido que ha sido creado por un usuario y no por el administrador de una página web, es decir, todo aquel contenido audiovisual como vídeo, audio, fotos y texto, generados por los propios usuarios de Internet. Elvira García de Torres (2010) lo define como “toda aportación pública del usuario que no constituya una copia, ni un modo de vida (profesional), así como cualquier elaboración de contenidos tradicionales que se basen en las aportaciones de los usuarios”.

La diversificación de las herramientas de comunicación y la participación activa de los ciudadanos han generado un nuevo universo en la comunicación. Ahora cualquiera puede con una cámara recolectar información y presentarla a la audiencia en su blog o en otros medios de manera inmediata.

Según El Baquía Knowledge Center:

El CGU se crea principalmente por los mismos usuarios -cualquiera excepto escritores profesionales, editores o periodistas-, y se hace accesible a otros consumidores a través de aplicaciones tecnológicas interactivas o televisión. De esta forma, el CGU está disponible en múltiples formatos, ya sea texto, imágenes, vídeos, podcasts o rankings de votación (2007).

Como se viene explicando anteriormente, el público ahora es activo, participativo y creativo, el cual está prevaleciendo en los medios de comunicación que tengan a disposición herramientas y aplicaciones para la generación de contenidos. Pero esta cultura afecta a los medios y corporaciones con audiencias globales.

El acceso de los ciudadanos a las herramientas de publicación de contenidos, y sobre todo a Internet, ha puesto en sus manos un poder del que antes carecían y que es aprovechado para informar (Espiritusanto, 2009).

Por esta razón, en los últimos años el CGU se ha expandido debido al desarrollo y disponibilidad de las tecnologías para su producción: video y fotografías digitales, mensajería de texto y correos electrónicos por celular, blogs, foros o pizarras de mensajes y audio.

Gracias a estas nuevas tecnologías hoy las audiencias tienen un poder que por décadas ha sido ignorado. La interactividad es la potencialidad de un sistema tecnológico para promover procesos de eficiencia comunicativa a partir de elementos que permiten trasladar el diálogo humano a la comunicación mediada (Sadaba, 2000).

Espiritusanto (2009) señala:

El periodismo ciudadano está transformando esa idea de que informar es sólo una cuestión de profesionales. Los ciudadanos, de manera temporal, adoptan el rol del periodista para informar de lo que sucede en su entorno cercano. La colaboración entre periodistas ciudadanos y periodistas profesionales es la mejor vía para consolidar una audiencia más activa y mejor informada. El periodismo ciudadano y el periodismo tradicional (o profesional) no son en absoluto términos ni fenómenos opuestos, sino más bien todo lo

contrario, son complementarios, es una evolución positiva de la comunicación (p. 43).

Esta perspectiva también la respalda Ramón Salaverría, doctor en periodismo, quien en un conversatorio dirigido a los alumnos de pregrado de la Universidad Monteávila, referente al futuro perfil de los profesionales de la comunicación, comentó que “el contenido generado por los usuarios era un fenómeno que ha existido desde que el periodismo es periodismo”.

Con respecto al CGU, Salaverría (2010) acota:

Desde el siglo XVII los parroquianos enviaban a los informantes noticias que ellos luego divulgaban (...) lo que sucede es que ahora, gracias a la tecnologías, todo ese potencial provisor de contenidos por parte de los usuarios se ha multiplicado. (...) Las redes digitales lo que han hecho es potenciar ese caudal informativo y esa posibilidad de los usuarios de contribuir con sus informaciones, pero al final lo que tienen que hacer los periodistas es aplicar el mismo criterio que han tenido siempre, es decir, contrastar que esa información no sea una burla o mentira (...), ponerse en contacto con la fuente (...) y a partir de ahí darle un tratamiento periodístico para darle un contexto y que la gente lo pueda entender.

Pero en definitiva, Salaverría (2010) dice que este fenómeno del CGU, lo que hace es multiplicarle las posibilidades del periodismo y lejos de poner en cuestión el perfil profesional de los periodistas está redoblando la necesidad de contar con profesionales bien formados para el uso estas nuevas tecnologías.

Como también lo mencionó Salaverría (2010), los modelos de participación de los lectores pueden variar entre un simple comentario, envío de fotos, videos, sonidos o cualquier escrito corto o dato que sea necesario para que los medios investiguen y distribuyan la información.

La importancia del CGU empieza a forjarse con la cobertura del desastre natural que produjo el tsunami del Océano Índico, el 26 de diciembre de 2004. Las imágenes de los aficionados ayudaron a los medios a mostrar la devastación de la zona, al igual que jugaron un papel importante en la identificación de víctimas y en la organización de ayuda.

Kelly (2009) señala que los atentados del 7 de julio también marcaron un punto de inflexión para el periodismo ciudadano en el Reino Unido. “La BBC recibió 22.000 correos electrónicos con mensajes de texto, fotos y videos. Fue el día del fenómeno del CGU...” (p. 20).

Por esta razón la expansión de los sitios en Internet en los cuales el contenido es generado por los mismos usuarios, está provocando un cambio en el comportamiento de los internautas que los visitan, esto en comparación con los sitios en el que su contenido lo genera solo el propio dueño. Así lo publica en su espacio web la empresa de asesoría en el aprovechamiento de la tecnología informática, Adelta Asesores, mediante un estudio de medición realizado por ComScore Media Metrix.

Según los resultados, el número de visitas en las páginas donde el contenido es generado por el usuario se cuadruplica en las tres muestras: Días de uso por visitante, minutos por visitante y páginas por visitante. Esto los llevó a concluir que si se quiere aumentar la lectoría, la participación de los usuarios en la producción del contenido es una buena estrategia.

“En 2008 CNN lanzó un gigante llamado i-Report.com sitio web que permite a los espectadores subir directamente videos al sitio, sin la intervención de editores humanos” (Kelly, 2009, p. 27).

Sin embargo, a pesar del éxito que ha tenido esta nueva tendencia de producir información, el CGU también ha sido duramente criticado por medios como The New York Times, especialistas en derechos de autor y defensores de la privacidad de personalidades. Incluso los sitios que guardan esos contenidos han caído en los casos legales que conlleva proveerlos a la web.

“En este nuevo mundo, los antiguos conceptos de confianza hacia los medios no se pueden aplicar. La cuestión es ligeramente diferente para el Contenido Generado por el Usuario, que se encuentra en el seno de los medios de comunicación. Aquí la primera cuestión es la legitimidad”. (Kelly, 2009, p. 36) Pero sea como fuere, los medios deben ser los máximos defensores de su producto, eso sí, sin dejar de lado esta nueva tendencia participativa del público.

## **2.2 LA WEB 2.0.**

La forma de hacer periodismo ha cambiado, pero sobre todo los medios para hacerlo han revolucionado el mundo de la información. Ahora no solo los profesionales son los que comunican un hecho, sino que los mismos lectores pueden incluirse en ese proceso de producción de noticias, y todo esto es gracias a la llegada de la Web 2.0

Tim O’Reilly fue quien popularizó el término Web 2.0 al realizar la primera conferencia del mismo nombre en San Francisco en octubre de 2004. Allí pudo resumir los principios claves que cree caracterizan las aplicaciones Web 2.0 y luego la definió como “una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando al usuario el control de sus datos” (2006).

Xavier Ribes (2007) considera que la definición de un concepto para la Web 2.0 se acerca a todas las utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios, ya sea en su contenido, en la forma de presentarlos o en contenido y forma a la vez.

Dicho de otra forma, una aplicación *online* podrá considerarse como Web 2.0 cuando permita procesos de interactividad de contenidos contributiva, cuando el usuario pueda añadir y compartir información con otros usuarios (como en Flickr), procesos de interacción de contenidos combinatoria, cuando posibilite la interrelación de contenidos de diferentes bases de datos (como en What's Up?) o procesos de interacción de interfaz (como en Netvibes o iGoogle), ya sean de preferencias estéticas o de funciones (cuando el usuario puede ubicar los contenidos en diferentes lugares de la pantalla o decidir qué contenidos aparecen) o generativa (cuando el sistema, a partir del análisis del modo de operar del usuario con la interfaz, decida por el usuario cómo o qué datos presentar) (Ribes, 2007).

Los lectores ya no son receptores pasivos. Ellos crean, comparten y comentan. Es importante reconocer el cambio en las audiencias que desean participar, sobre todo los medios de comunicación que han reaccionado tardíamente a este fenómeno.

El nuevo diseño de la web permite la retroalimentación de las comunidades y la interacción con su contenido. Por ejemplo Wikipedia, MySpace, Blogger y YouTube son sitios de contenidos que fueron creados solo por la audiencia. En ellos, los actores se relacionan, cuelgan contenido, dirigen sus espacios y, lo más importante, obtienen retroalimentación.

Bravo (2007) señala en la revista digital *Tendencias* que “la Web 2.0 no ha inventado la colaboración y la comunicación entre las personas, pero sí



ofrece un enorme abanico de posibilidades para facilitar el intercambio y la cooperación entre los individuos” (p. 13).

Algunas de las aplicaciones más representativas de la Web 2.0 son: Wikipedia, YouTube, Flickr, WordPress, MySpace, Facebook, OhMyNews, Twitter, Blogger, Weblogs, etc. (Briggs, 2007).

Este fenómeno es conocido con términos como: *software* social, arquitectura de la participación, Contenidos Generados por el Usuario (CGU), *rich Internet applications*, etiquetas, sindicación de contenidos y redes sociales (Cobo, 2007).

Con todo esto, ahora la Internet se ha convertido en una amenaza para el monopolio de los medios de comunicación tradicionales, pues los medios digitales cuentan con más relatos que nunca, algunos de ellos creados por el mismo ciudadano (Kelly, 2009).

Un estudio realizado por el jefe del Área de Comunicación Estratégica de la Universidad de La Sabana y especialista en redes sociales, Sergio Llano Aristizábal, revela el poco aprovechamiento por parte de los medios de comunicación digitales colombianos de las ventajas que brindan las herramientas Web 2.0 y la interactividad (p. 14).

Este caso no escapa de los medios digitales venezolanos, con contadas excepciones. Sin embargo, hay que tener en cuenta que los internautas ya no son los pasivos que consumían sin reaccionar ante la información que les proponían en la web. “Los usuarios actuales de la web proponen servicios, intercambian información, hacen comentarios, se implican, participan. Ellos generan la mayor parte del contenido de la web” (Pisani, 2009, p. 14).

Como conclusión al estudio, Llano (2009) finaliza: “Hay mucho por mejorar y aprender. El periodismo, los periodistas y las audiencias están cambiando y no podemos marginarnos de tal realidad” (p. 15).

En su blog, Emilio Márquez comenta:

Si por algo se caracteriza la Web 2.0, eso es por la interacción entre los portales y los usuarios. Internet nunca fue un medio unidireccional en el sentido estricto, pero con los portales sociales y colaborativos se ha alcanzado un nuevo nivel dentro de la evolución del panorama digital (2010).

A todo esto vale la pena reconocer que efectivamente los grandes medios venezolanos están trabajando para incluirse en toda esta revolución de la comunicación que la Web 2.0 nos brinda.

### **2.3 PARTICIPACIÓN EN LOS MEDIOS**

Aquel lector que se contentaba con ver su carta publicada en un medio de comunicación impreso ha cambiado. Ahora quiere entrar y comentar un artículo, una noticia, enviar fotos o hacer preguntas directas al autor. Esto evidencia que la percepción del periodismo también se ha modificado.

Es por ello que hoy en día existe una amplificación de la relación que tienen los lectores con el medio, a la vez que nadie piensa que el monopolio de la información lo tienen los periodistas. Para estos nuevos productores se han creado espacios para informar, lo cual a los medios les brinda valor y poder de participación.

Pisani (2009) dice:

La voracidad y la pasión con la que los webactores se han servido de las herramientas puestas a su disposición para establecer relaciones entre ellos y las relaciones entre datos es, sin duda, uno de los fenómenos más sorprendentes de los últimos años (p. 53).

Gracias a este nuevo fenómeno hay una industria que nació y se está desarrollando basándose en la distribución de herramientas para la comunicación entre los usuarios, y claramente nunca pensarían que necesitarían. Por ello los medios digitales, tomando en cuenta esa necesidad de expresión presente en los internautas, las están aplicando en sus sitios, buscando expandir y sustituir la audiencia consumista por la productora.

“Deberíamos ser capaces no sólo de encontrar cualquier tipo de documento en la web, sino también de crear cualquier clase de documento fácilmente. Deberíamos no sólo poder interactuar con otras personas, sino crear con otras personas” (Berners-Lee, 2000. p. 156). Sin embargo, para este nuevo modelo de interacción los medios de comunicación tradicionales tienen un gran reto por delante.

Maletzke (1976) hizo un acercamiento sobre cómo es la relación medio de comunicación-lector en un medio tradicional como el periódico. Decía que es indirecta, por los intermediarios que hay para que el producto llegue a los lectores; unilateral, porque siempre el periodista es el emisor y el lector el receptor; y pública, porque el periódico siempre es el mismo para todos los lectores.

Pero con la creación de las “Cartas al Editor” y el “Defensor del lector” este esquema fue roto, pues la comunicación pasaba de ser unilateral a ser recíproca. Con la Internet este fenómeno se ha acentuado y se ha logrado

que la comunicación sea más directa, más recíproca y menos pública (Cabanés 2010).

Las encuestas en línea y la personalización del soporte de la información hacen posible este fenómeno, llevando a los medios tradicionales a convertirse en páginas web. “Internet es el modelo de comunicación global que aunaría en sí misma todos los procesos de comunicación” (Cabanés, 2010).

Tomando como ejemplo las Cartas al Editor, este espacio ha sido el primero en la historia que realiza una relación directa entre el emisor (lector) y el receptor (periódico). Su foco principal son opiniones sobre algún tema específico y solicitudes de corrección en una nota o críticas a colaboradores y periodistas del medio.

Martínez Albertos (2001) intenta establecer una diferencia entre las Cartas al Editor y lo que llaman tribuna pública o libre (en este caso el *Correo del Pueblo*), pero al tomar en cuenta que el periódico igualmente lo que hace es facilitar un espacio para estas cartas que hablan sobre diferentes temas, se pueden considerar que ambas son lo mismo.

Cabanés (2010) dice:

En los periódicos digitales no hay ninguna novedad al respecto. La ventaja que aportan, como se ha comentado con anterioridad, es el espacio. Se publican si no la totalidad de las Cartas al Editor recibidas (ahora correos electrónicos), sí la mayoría. Aunque desgraciadamente, se sigue una tendencia discriminatoria del medio digital con el medio en papel: las cartas propiamente dichas no se publican en la edición digital... (p. 5).

Por otro lado, aquellos periódicos que no cuentan con una edición impresa sino únicamente digital, tienen un espacio dedicado a las Cartas al Editor, sin embargo siguen los mismo parámetros tradicionales que los

diarios en su versión impresa. “Lo único es que muchas veces se facilita al lector la labor de escribirlas al incluir un sencillo formulario en la web del periódico y el texto destinado al Director...” (Cabanés, 2010).

Pero no hay que confundir estos espacios con el denominado Periodismo Ciudadano o Participativo, que no es más que “el acto de un ciudadano, o un grupo de ciudadanos, con un rol activo en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información” (Meso Ayerdi, 2005).

Una cosa es estar en el lugar de la noticia y producirla para algún medio, y otra muy diferente opinar sobre un texto o tema determinado. Sin embargo, su similitud consta de la denominación del acto en sí, que es Contenido Generado por Usuarios.

A medida que se fue consolidando la corriente participativa, estos espacios debieron ir creciendo. Ya no bastaba la simple carta publicada días después, ahora la inmediatez se hacía eco de un sentimiento de comunicación que se encontraba represada en los lectores a la hora de ver una noticia o estar en el lugar donde se producía.

Espiritusanto (2009) señala:

Actualmente existen medios elaborados sólo por los ciudadanos, como es el caso de la *Red de Medios Ciudadanos de Chile*, medios en los que los ciudadanos envían la información y los periodistas tradicionales editan y comprueban. Medios que permiten la participación de los usuarios y la remuneran como *soitu.es* en su sección “Uno de los nuestros”, medios como *El País* que tiene su apartado, “Yo periodista”, para que los lectores participen en la elaboración de noticias, y medios con una estrecha colaboración entre periodistas tradicionales y periodistas ciudadanos como *Le post* en Francia... (p. 43).

Sin embargo, la marcha de los medios de comunicación hacia la adaptación de la esta nueva forma de periodismo ha sido lenta. En Venezuela medios como la página web del canal de televisión *Globovisión* y los periódicos *Últimas Noticias* y *El Nacional* han incluido modos participativos como mensajería de texto, fotografías y videos, en la búsqueda de saciar esa sed de participación de los lectores.

Según Kelly (2009), los principales formatos participativos que los medios británicos empezaron utilizando fueron los siguientes:

- Encuestas: preguntas sobre temas de actualidad que en su mayoría son de tipo cerradas.
  
- Tablón de mensajes: conversaciones en línea o debates sobre temas puestos en marcha por los lectores.
  
- Comentarios sobre historias: comentarios para los lectores en la parte inferior de un artículo.
  
- Pregunta y respuesta: Las entrevistas con los periodistas o invitados, con preguntas enviadas por los lectores.
  
- Blogs: Espacios establecidos escritos por uno o más individuos sobre temas determinados de interés público.
  
- Lector de blogs: Como el anterior pero escrito solo por los lectores.
  
- Tu medio: Galerías de fotos, vídeo y otros formatos de comunicación presentados por lectores y examinados por los periodistas.

- Tu historia: Los lectores envían historias que les importan a ellos, editadas por los periodistas para su publicación en la página web.

Mirando al CGU como un modelo de negocios, podemos ver que puede ser una forma de ahorrar dinero, pues las noticias son producidas por voluntarios no remunerados. Pero esta es un arma de doble filo según Kelly (2009):

Los editores desean fomentar el CGU como una forma de ahorrar dinero, pero pueden encontrar que no sea el caso. El reducir coste de adquisición de material puede ser compensado por el aumento de los costos de la edición material de ese contenido. Del mismo modo, la moderación de los comentarios para eliminar el lenguaje abusivo es mucha mano de obra (p. 40).

En fin, la participación de los usuarios en los medios, la creación de medios ciudadanos, los blogs, los periodistas del siglo XXI, las nuevas herramientas participativas de la Web 2.0 y la colaboración a nivel global, es la base de la nueva forma de información. (Espiritusanto, 2009). Pero, ¿qué le depara el futuro a los periodistas y a los medios ante este escenario?

## **2.4 EL FUTURO DE LA INFORMACIÓN**

Los medios de comunicación de la década de 1990 eran menos sensibles que ahora con respecto al CGU y a la participación de éstos en los procesos de producción. Ahora, es una de las formas más efectivas de mantenerse en contacto constantemente con el público (Kelly, 2009).

Según Pisani (2009) los lectores potenciales del mañana están usando la web en formas que difícilmente se puede imaginar, y si lo medios desean

seguir siendo relevantes para ellos, entonces necesitan entender cómo poder hacerlo.

“Nos encontramos en una fase de transición todavía difícil de definir, pero que se basa claramente en la relación” (Pisani, 2009, p. 199), entre los usuarios y las empresas de comunicación.

En ese sentido Foguel (2007) acota:

A pesar de todo, el futuro de la profesión de informar se juega en la red. Su inmensidad y el número creciente de usuarios transforman en gigantes a las empresas que gestionan la navegación y en enanos a las que producen contenidos. En el ámbito de la información, Google partió de cero, pero desde entonces, tiene en sus manos un arma nuclear (p. 53).

Los medios han notado esta necesidad de tener la participación activa de los usuarios. Por ejemplo, los sitios de *El País*, *Now Public* e *iReport* de *CNN*. O también la experiencia del servicio de noticias en línea *Demotix*, el cual cubre las noticias mundiales utilizando al público como corresponsales informativos.

¿Cómo estos cambios afectarán el periodismo tradicional? El periodismo ciudadano no puede sustituir al convencional, más bien éste –junto con los medios– deben adaptarse a las nuevas tendencias de información. Así lo muestra Kelly (2009) con el caso de las pasadas elecciones presidenciales de Estados Unidos:

Los medios dominantes de EEUU rápidamente se asociaron con entidades como MySpace y YouTube. En el caso de YouTube los lectores podían subir sus preguntas que querían hacer a los candidatos. Más de 7.000 videos fueron subidos y varios seleccionados fueron llevados a los debates entre candidatos demócratas y republicanos, y que a su vez fueron difundidos por CNN.



MySpace y MSNBC hicieron un concurso para seleccionar dos usuarios para enviarlos a las convenciones de los republicanos y los demócratas, en un intento de crear una “nueva perspectiva a las noticias” (p. 48).

En ese sentido ***El Universal*** se ha actualizado con la llegada de las nuevas tecnologías. El uso de canales como Ustream ha hecho de la producción multimedia del diario un fuerte difusor de noticias. Cada semana periodistas hacen análisis y entrevistas en vivo, en donde los espectadores de la web pueden enviarles preguntas directamente por esta plataforma, por correo electrónico o por la red social –o microblogging– Twitter.

La interactividad es la esencia de esta nueva era de la Web 2.0 y el aprovechamiento de estas tecnologías para difundir información es la clave del éxito. Ramón Salaverría, doctor en periodismo, en el foro *Convergencia periodística y los procesos de reorganización de redacciones* realizado en la Universidad Monteávila, aseguró que los medios comunicación deben buscar la mejor manera o plataforma para hacerle llegar las noticias al público.

A partir de las tecnologías digitales e Internet los medios impresos han encontrado un nuevo mercado y una nueva forma de encontrarse con su público. Internet no es una plataforma que venga a matar a nada, por el contrario potencia y habilita toda una serie de capacidades que los medios de comunicación pueden poner en práctica y desde ese punto de vista es perfectamente compatible con los medios tradicionales (Salaverría, 2010).

En el caso venezolano, una de las principales herramientas usada por los usuarios para generar contenidos es el Twitter. Miles de personas en el país se hacen eco en servicios informativos para el tráfico y transporte público, entre otros. Además la participación de los internautas se ha incrementado en medios como *Eluniversal.com* gracias a este canal.

La misma tecnología y la capacidad que tiene el lector en subir un video o publicar su reseña en un blog, ha alterado para siempre la relación entre los medios y los lectores. Quien ignore este fenómeno verá cómo el CGU ya no es el periodismo simple, sino la evolución de la forma de brindar información.

La democratización de la información está apenas empezando su evolución. Pero sin duda hay que aceptar que la web ha marcado las nuevas tendencias en la comunicación. Así lo afirma Espiritusanto (2009):

El mapa de los nuevos medios cada vez es mayor, nos encontramos en una época de grandes cambios internos y estructurales en los medios de comunicación. Los numerosos experimentos que se están realizando en la red nos dirán hacia donde van los nuevos aires de la comunicación.

## **2.5 ANTECEDENTES**

La transición de un espacio Web 1.0 a la Web 2.0 requiere de un trabajo logístico, operacional, de diseño y creativo de gran envergadura. Antes *Eluniversal.com* era una página plana de información que carecía de hipertextualidad, simplemente aparecía la misma información que publicaba en la versión papel, y aunque poco a poco esta plataforma fue independizándose, nació la esencial necesidad de innovar en esta nueva etapa de la Internet.

Teniendo en cuenta que el espacio del *Correo del Pueblo* está dentro de la página web informativa *Eluniversal.com*, es importante hacer referencia al rediseño de este sitio en 2006 para que sirva de guía a la propuesta de optimización de esa sección en la versión online de ***El Universal*** y para incentivar aún más la participación interactiva de los usuarios.

Para ello se entrevistó al periodista encargado de los procesos de innovación de la web en el diario, Robert Gómez, y al coordinador de *Eluniversal.com* desde el lanzamiento de la página en 1996, Tulio Casal. Ellos concuerdan en que la hipertextualidad y la participación eran los puntos claves en la transformación del *site* efectuada en 2006.

Gómez (2010) dijo que el primer paso para la implementación de esta página dinámica era la creación de una plataforma que fuera digerible para los lectores y que los llamara a conocer el nuevo elemento que se presentaba como un beneficio para la información: la hipertextualidad.

En aquel momento contamos con el asesoramiento del grupo argentino 451, que ya venía de pasar por las experiencias de rediseño de diarios como Clarín, y que vinieron a enriquecer todas las ideas que ya veníamos masticando desde hace mucho tiempo. Ya la idea estaba planteada, solo faltaban correcciones y la aprobación de expertos en la materia que conocieran sobre estos procesos en otras latitudes (Gómez, 2010).

A continuación, *Eluniversal.com* se reinventaría con las nuevas herramientas que Internet ofrecía a los productores de noticias y a los lectores. Informaciones con enlaces a temas relacionados, fotogalerías, videos, sonidos e infografías interactivas, y vendrían a transformar de forma definitiva la manera plana de hacer periodismo y de consumir las noticias.

Según Casal (2010) una de las opciones que haría cambiar el modo ver las noticias sería el “comentario”, pues ahora los usuarios de la web de ***El Universal*** dejarían de ser solo lectores para convertirse también en actores que opinan sobre cada información que se publicaría en el *site*.

“Queríamos innovar como lo estaban haciendo los demás medios en el mundo, y la participación era un punto clave en este proceso” (Casal 2010).

Pero pensando en ese mismo enfoque, el diario incluso creó un espacio netamente participativo donde además los lectores actuarían en el proceso de producción del medio en la web e impreso.

*Doble Vía* se llamaría esa sección. Allí los usuarios podrían publicar sus comentarios sobre temas pautados como cine, series de televisión, anécdotas de viajes, experiencias de hechos delictivos, envío de fotos en ocasiones especiales y encuestas semanales.

Todo este material se publicaría en la web diariamente. Sin embargo, una vez a la semana un material seleccionado entraría en la edición impresa del diario, ocupando media página. Posteriormente con el segundo rediseño en 2008, la media página semanal en papel se mantuvo, pero se incluyó material específico en secciones como Cultura y Espectáculos, Caracas y Turismo, sólo en cuartos de página.

Las tendencias en los medios mundiales llevaron a ***El Universal*** a ajustarse en la nueva tecnología de la información con la Web 2.0 y el resultado de esta necesidad fue convertida en los que hoy en día se conoce como *Eluniversal.com*. Sin embargo, las herramientas y la forma en como se muestra la información no pueden estancarse, se debe ir evolucionando a medida que evoluciona la manera en como los lectores mastican las noticias (Gómez, 2010).

Por esta razón, en 2008 se realizó un segundo rediseño en la web de ***El Universal***, el cual se enfocó en mejorar las formas de ver las noticias en el *home* de la página, la expansión de los comentarios y una mejor plataforma multimedia para su producción y el consumo por parte de los lectores.

Un ejemplo es la inclusión del llamado Río de Noticias, que no es más que un nuevo formato para destacar las noticias del momento, colocándolas de forma descendente sin jerarquía alguna; el único factor que reina es el minuto en que se publicó la información. Con este modo de publicación los lectores tendrán un resumen ampliado de los hechos de última hora.

Para el segundo rediseño ya el personal del medio había ganado la experiencia suficiente para incurrir en un proceso de actualización sobre lo que ya se había hecho. Sin embargo, esto no quiere decir que se debe mantener el mismo diseño, el Río de Noticias, debe cambiar al igual que las demás estructuras informativas a medida que las tendencias vayan cambiando (Gómez, 2010).

Una de las características que cambió en la estructura original del anterior rediseño fue la forma de mostrar las noticias en el *home*. Antes aparecía una noticia principal que podía ser intercalada con dos más, es decir, en el mismo espacio el usuario podía ver tres noticias principales, y debajo de éstas les seguían tres más en forma de cuadros informativos.

Actualmente se implementó el llamado Río de Noticias (Ver Anexo 1), el cual muestra noticias principales que en un mismo formato van descendiendo en la página a medida que van surgiendo más informaciones importantes. Pueden aparecer hasta 12 noticias del día en el *home* a la misma vez y en ocasiones la primera puede estar permanente, según la relevancia del caso.

También fueron agregadas cinco pestañas informativas al principio de la página, las cuales hacen referencia a informaciones de un mismo tema que por lo general es el de mayor relevancia de la semana.

Y siguiendo la misma línea de fomentar la participación dentro del *site*, una de las secciones más leídas del medio que es *Opinión*, le fue abierta

la posibilidad de hacer comentarios por los lectores que deseen opinar sobre la columna de su preferencia.

Sin embargo, dentro de todo este nuevo formato y herramientas que la Web 2.0 le brinda al *site* del diario, la sección *Correo del Pueblo* ha quedado siempre fuera de este proceso de optimización. Esto a pesar que los expertos del medio reconocen que dicho espacio ha sido bandera en la participación.

Cuando no existía ningún modelo participativo para los lectores, ***El Universal*** ya brindaba ese espacio donde de alguna forma existía la retroalimentación. El *Correo del Pueblo* ha sido uno de los espacios más longevos en cuanto a generación de contenido se refiere, no en la web sino en papel (Gómez, 2010).

Pero en el marco de esta propuesta se ha evidenciado y han aceptado la necesidad de incluir dicha sección dentro del rediseño que en el 2011 pretende realizar el medio. Así lo asegura Gómez (2010): “El *Correo del Pueblo* debe ser la matriz del cambio en el nuevo rediseño de la web, debe ser ese punto de lanza en la expansión de la participación dentro del *site*”.

Tomando en cuenta este antecedente, el presente Trabajo Especial de Grado propone un diseño basado en las tendencias participativas de los principales medios hispanos, pensado en la misma plataforma de ***El Universal***, pero anexando herramientas que bien podrían innovar y optimizar los procesos de publicación del CGU.

### CAPÍTULO III

#### MARCO CONTEXTUAL

***El Universal*** es el periódico de mayor tradición en Venezuela. Durante 100 años ha mantenido su liderazgo en el mercado, gracias a su capacidad de renovación y acondicionamiento a los requerimientos de sus lectores. Su alcance y permanencia se debe a la credibilidad que refleja, su imparcialidad y veracidad en la información. Su propuesta editorial ofrece un recorrido por el panorama político, nacional, internacional, económico, deportivo y descubre a Caracas desde la perspectiva que ocupa y preocupa a sus habitantes.

El diario ***El Universal*** nace de la iniciativa de Andrés Mata y el escritor y abogado Andrés Jorge Viga y cuando, en 1909, lograron la publicación de su primera edición. *El Tiempo* y *El Día* eran los periódicos que lideraban en ese momento.

En 1911, ***El Universal*** experimenta un cambio en su formato, por lo que a partir de ese momento comenzó a salir con un total de seis páginas. Pero 20 años más tarde llegaría a publicar 18 páginas, en 1932 pasó a 32 y en 1948 se transformó en un periódico tamaño estándar con 64 páginas y un tiraje de 50 mil ejemplares. Pero en 1970 superó las 144 páginas con 70.000 copias.

***El Universal***, entre 1995 y 1996, complementó su edición impresa con la Internet: [www.eud.com](http://www.eud.com) y entró así en la nueva era digital, página que tras el primer rediseño en 2006 pasaría a ser [www.eluniversal.com](http://www.eluniversal.com). La revolución

tecnológica ocuparía todas las áreas de negocios con nuevas estrategias de distribución, comercialización y venta, bajo la premisa del mejoramiento y la profesionalización del recurso humano.

La tribuna abierta *Correo del Pueblo* es un espacio que aparece a diario en la edición impresa y digital de ***El Universal***, y está dedicado a todos los lectores que deseen expresar cualquier denuncia, queja o agradecimiento a una empresa, ente del Estado, personalidad o servicio en particular. Lo más importante de esta sección es el espacio Contacto Directo, en el cual se publica una denuncia conjuntamente con la respuesta de la empresa u organismo implicado.

Su publicación data de hace más de cincuenta años cuando en una pequeña columna aparecieron las primeras cartas de lectores dirigidas a redactores del diario y servicios públicos; cuestión que lo hace el espacio bandera en lo que a participación se refiere dentro de ***El Universal***. De ahí en adelante la sección ha ido creciendo hasta llegar a una página completa que incluía desde temáticas políticas, hasta un espacio dedicado a los jóvenes.

Su éxito hoy en día se debe al gran impacto que tiene entre los organismos públicos, entre las empresas privadas y estatales de servicios y producción, y entre las personalidades del acontecer nacional. Solo basta con que un usuario publique una queja sobre algún servicio para que el prestador responda de la misma forma, publicando una carta, o contactando directamente al cliente para tratar de solucionar su problema.

La llegada de la Web 2.0 cambia el paradigma de publicación del diario a un mejor entorno, donde se mejora la comunicación tanto con el anunciante



como con el lector. La sección *Doble Vía* fue el inicio de la incorporación de esta tecnología en *Eluniversal.com* relacionado también con el CGU.

Dicho espacio es dedicado explícitamente a los lectores y llena tópicos de farándula, cine, salud, televisión, viajes, chistes, entre otros temas, y se diferencia del *Correo del Pueblo* que toca informaciones relacionadas con quejas y reclamos de servicios, agradecimientos, etc.

Sin embargo, *Doble Vía* fue incluido directamente en la versión digital del diario (Ver Anexo 1), aprovechando el auge de la Web 2.0 y la participación en los medios de comunicación. Y en ***El Universal*** papel sólo abarca una publicación semanal, donde se escoge el contenido más interesante recibido durante la semana.

En cambio, el *Correo del Pueblo*, que también aparece en ambas versiones de publicación del diario, solamente es trabajado para la versión en papel. Es decir, en *Eluniversal.com* se publica exactamente lo mismo que se escribe para la edición impresa (Ver Anexo 2).

Esta es una sección de importante receptividad y de mucha efectividad que puede ser aprovechada al máximo por este medio en el espacio digital; más allá de lo que es publicado en su versión impresa.

Información apoyada en el Twitter, imágenes que soporten las denuncias de los lectores y mensajería de texto aprovechando la telefonía móvil, le dará al *Correo del Pueblo* el dinamismo que las nuevas herramientas de la Web 2.0 brindan, y con ello se fomentaría la participación y la lectoría de *Eluniversal.com*.

Para el Editor de la Sección Opinión y supervisor de la página del *Correo del Pueblo*, Miguel Maita, incluir un espacio en *Eluniversal.com* que implemente herramientas de la Web 2.0 sería un paso muy importante para esta sección.

Esto le daría un valor agregado a la marca, además que evidentemente aumentaría la participación tanto en el Correo del Pueblo como en la página web del diario. Hay que atacar ese público que lee y le gusta escribir en Internet, la necesidad está presente y hay que buscar la forma de beneficiarse de ella (2010).

## CAPÍTULO IV

### MARCO METODOLÓGICO

#### **Etapa I: Investigación**

El Objetivo de esta etapa fue plantear la división de temas que serían tocados dentro de la propuesta del *Correo del Pueblo* en la web y definir los espacios de participación que se incluirían.

La primera tarea que se realizó fue investigar en varios medios digitales la distribución y herramientas Web 2.0 usadas para los espacios de participación, sobre todo en las secciones parecidas al *Correo del Pueblo*. Dentro de los sitios visitados se tomaron en cuenta tres páginas primordialmente: las secciones “Yo periodista”, del diario *El País*<sup>1</sup> de España; “Testigo Urbano”, del diario *Clarín*<sup>2</sup> de Argentina, y “Reportero Ciudadano”, de *El Universal*<sup>3</sup> de México

En el caso de *El País*, el ordenamiento de la página es similar a su *Home* principal, es decir, del lado izquierdo de la pantalla ordenan las notas en cuadros y solo destacan una noticia principal. En el lado derecho colocan enlaces a otros espacios pero que igualmente tienen que ver con la sección (Ver Anexo 4).

---

<sup>1</sup> <http://www.elpais.com/yoperiodista/>

<sup>2</sup> <http://blogs.clarin.com/testigourbano/>

<sup>3</sup> <http://interactivo.eluniversal.com.mx/contactanos/rciudadano.html>

En *Clarín*, la estructura gráfica es en forma de blog, incluso el espacio es un blog pero realizado por el mismo medios. Las notas van en orden vertical según la fecha, y por lo general van acompañada de una fotografía. Y en la izquierda de la página se ordenan los *Tags* que usualmente se utilizan en un blog (Ver Anexo 5).

*El Universal* de México utiliza un diseño muy parecido al empleado por *El País*, colocan las noticias en recuadros de información breve con fotografía en la derecha de la pantalla, mientras que a la izquierda ordenan entradas a otras herramientas de participación de la página (Ver Anexo 6).

La segunda tarea efectuada tuvo que ver con la verificación de las funcionalidades de cada herramienta Web 2.0 encontradas en los sitios de participación evaluados. Este ejercicio nos permitió evaluar la utilidad de cada una de las herramientas en la implementación del *Correo del Pueblo*, a fin de escoger las más idóneas para la propuesta.

Se tuvieron en cuenta todos los elementos utilizados en las páginas referidas. Sin embargo, fueron escogidos tres fundamentales que encajarían perfectamente en el objetivo de la optimización de la página del *Correo del Pueblo*: fotografías y mensajes cortos utilizando el SMS vía celular y el Twitter.

Fue necesario agregar una tercera tarea a esta etapa, pues ***El Universal*** recomendó utilizar en el diseño de la propuesta módulos de texto e imágenes que ya existiesen dentro de la página web *Eluniversal.com*, a fin de crear una propuesta que no implique tantos procesos de producción que retrasen su implementación.

En este caso se investigó en gran parte la página web de ***El Universal*** cuáles elementos podrían adaptarse a la propuesta del *Correo del Pueblo*, tomando en cuenta las herramientas Web 2.0 que se querían utilizar.

## **Etapa II: Diseño**

Esta etapa tuvo como objetivo el diseño de la propuesta gráfica para el *Correo del Pueblo* en su versión web, teniendo en cuenta las herramientas seleccionadas en la etapa de investigación.

Como primera tarea se jerarquizaron las herramientas de texto e imágenes que se utilizarían en la propuesta del *Correo del Pueblo* para la web, paso importante para saber la ubicación de los elementos en el diseño de la propuesta.

La segunda tarea ejecutada tuvo que ver con la diagramación de los elementos según su funcionalidad e importancia, pero siempre respetando el estilo de diseño que maneja la página web de ***El Universal***. En este caso también se tomaron en cuenta las diagramaciones encontradas en las secciones de participación de *El País* de España, y *Clarín* de Argentina y *El Universal* de México.

Posteriormente se efectuó la tercera tarea: determinar el contenido informativo que se colocaría de guía para los usuarios.

Y la cuarta tarea que correspondía a la inclusión de logos y elementos gráficos propios de la red social utilizada y de ***El Universal***.

### Etapa III: Evaluación

El objetivo presentado en esta etapa fue evaluar la aceptación de la propuesta en los expertos en web de **El Universal**, los jefes de redacción y el Editor de la sección *Opinión*.

Para mostrar la propuesta de optimización del *Correo del Pueblo* en la versión *online* de *Eluniversal.com* a los expertos del diario, como primera tarea se realizó una presentación<sup>4</sup> donde se enseñaron los elementos que se utilizarían, las principales secciones de participación investigadas, el diseño actual del *Correo del Pueblo* en la web, la propuesta realizada, herramientas necesarias para su operación, y posibles resultados de su aplicación.

Para la evaluación de la propuesta se aplicó la segunda tarea que consistió en la realización de reuniones con: el editor de la sección *Opinión*, Miguel Maita; el vicepresidente ejecutivo del diario, Roger Vivas, y el encargado de los proyectos de innovación en **El Universal**, Robert Gómez.

Posteriormente, se efectuó una reunión con la presencia del Editor de la sección, el Vicepresidente Ejecutivo, y los jefes de la mesa de redacción: Elides Rojas, Taisa Medina y Miguel Sanmartín. Luego, la evaluación prosiguió con la presentación del proyecto a la editora y el coordinador de *eluniversal.com*, Raquel García y Tulio Casal, respectivamente, al vicepresidente de Mercadeo, Juan Aguerrevere, y a la coordinadora del área de Participación, Alejandra Romero.

La tercera tarea fue la documentación de las recomendaciones y la aplicación de algunos elementos en la versión final de la propuesta, tales

---

<sup>4</sup> Presentación disponible en <http://prezi.com/dz72idnoo5ti/optimizacion-de-correo-del-pueblo-en-la-web/>

como la utilización de módulos existentes dentro de la web de El Universal y la promoción de contenido cruzado de las secciones de participación.

Como resultado de la evaluación los involucrados en el proyecto estuvieron de acuerdo con la aplicación de un usuario Twitter para el *Correo del Pueblo*, por el gran campo que ha abarcado este microblogging en cuanto a usuarios y participación se refieren. Igualmente les pareció asertiva la inclusión de los mensajes de texto vía celular por lo tradicional del servicio de telefonía móvil y la cantidad de clientes que hay en el país.

Otro punto en el que coincidió este proyecto con la visión de los expertos en los procesos de rediseño de ***El Universal***, es la introducción de la imagen como elemento multimedia, acompañado del relato de los usuarios, así como la ilustración del *Correo del Pueblo*.

Sin embargo, luego de estas reuniones se conformó un equipo de diseño para el proyecto, conformado por el editor de Diseño, Abraham Sánchez, la Coordinadora de Participación, el encargado de los proyectos de rediseño del diario, el Editor de Opinión y el Coordinador de esta sección, autor del presente proyecto, para definir un modelo final de la propuesta a aplicarse más tardar a principio del mes de junio de 2011.

En este punto los integrantes del grupo ratificaron la base de esta Propuesta de Optimización de la Sección *Correo del Pueblo* en la versión online de ***El Universal***, sobre todo para partir de esta idea original en la propuesta final del proyecto de rediseño. Pero igualmente, luego de un debate de ideas innovadoras, se incluyeron otros elementos como la activación de comentarios para las cartas, espacios para los temas más tratados por los usuarios y el ordenamiento real de las secciones en la página web, según los módulos existentes en *Eluniversal.com*.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN DE LA SECCIÓN CORREO DEL PUEBLO EN LA VERSIÓN ONLINE DE EL UNIVERSAL**

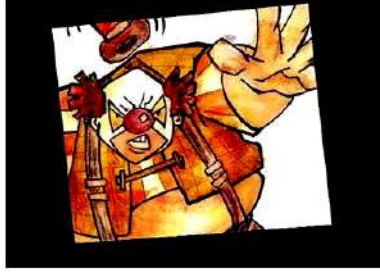
#### **Diseño de la Arquitectura de la Información**

El diseño de la propuesta de optimización del *Correo del Pueblo* en la web estuvo apoyado en un proceso de investigación de sitios participativos en medios de comunicación. Tal es el caso de “Yo periodista” de *El País* de España, “Testigo Urbano” del *Clarín* de Argentina, y “Reportero Ciudadano” de *El Universal* de México. Estos proyectos se tomaron como ejemplo para la implementación de la propuesta del *Correo del Pueblo*.

Si bien esta sección publica cualquier tipo de comunicaciones de los lectores, el espacio Contacto Directo viene a ser lo más importante de la sección. Es por ello que, siguiendo el antiguo diseño, se decidió dejar las cartas publicadas del día en la columna izquierda, pero en este caso se jerarquizarán de la siguiente forma: 1- la carta y la respuesta del espacio Contacto Directo, y 2- el resto de las cartas.



## CONTACTO DIRECTO



### ESOS CHEQUES NO LOS FIRMÉ YO

He sido cliente de Corp Banca por más 10 años y me llama mucho la atención la falta de seriedad y responsabilidad por el caso que me aqueja. El 02-08-10 hice un retiro vía cajero electrónico y me percaté que existía un saldo muy inferior al que poseía en dicha cuenta. Me dirigí a la agencia en Coche donde me comunicaron que existen dos cheques cobrados por montos de BsF 3.800 y BsF 4.400, por lo cual de inmediato mostré la chequera que mantengo en uso desde hace un año aproximadamente.

Pero la respuesta que obtuve de atención al cliente es que los cheques cobrados pertenecían a la chequera anterior. Me consiguieron copias de ellos y les expliqué que no es mi firma y que tampoco fui llamado para autorizar los pagos. Sin embargo elaboré mi reclamo el día 03-08-10 y me informaron que en 20 días obtendría respuesta, pero a la fecha no he recibido ninguna comunicación satisfactoria.

**Gleb Machado**  
C.I. 12.394.837

### ACUDA A LA AGENCIA DE COCHE

Con relación al reclamo realizado por el señor Gleb Machado, referente a su inconformidad con dos cheques cobrados presuntamente sin su autorización, la gerente de Comunicaciones Corporativas de Corp Banca informa que la solicitud del cliente fue convenientemente canalizada con los departamentos correspondientes. En ese sentido la entidad bancaria invita al señor Machado para que acuda a la oficina de Coche, donde la gerente de la agencia le informará sobre la respuesta de su caso.

Corp Banca ofrece disculpas por los inconvenientes ocasionados y reitera su disposición a atender cualquier requerimiento a través sus canales de atención: el servicio Contacto Anágo por el número telefónico 0-500-920-0000, 0500-MIBANCA (0500-642-2622) o visitando directamente cualquiera de las agencias BOD o Corp Banca ubicadas a nivel nacional. Igualmente, los usuarios que quieran obtener cualquier tipo de información pueden ingresar a su página de Internet [www.corpbanca.com.ve](http://www.corpbanca.com.ve).

### Exclusión con computador

Desde hace más de tres meses que estoy tratando de adquirir una computadora financiada a través del plan "Caniv Equipado", pero lamentablemente por unas estrategias de ventas solo se las están ofreciendo a los clientes que no tienen Internet ni computadora. En mi caso ya poseo conexión pero se me dañó la computadora y cada vez que intento comunicarme a través del 0800-CANTV-00 los operadores solo me ofrecen la portátil. Por la página web es misión imposible. ¿Por qué para unos sí hay computadoras y para otros venenolanos no? Agradecería que algún supervisor de estrategias y planificación me explique el por qué de esta estrategia de mercado. Lo cierto es que cuando el presidente de Caniv está en cadena con el comandante Chávez, le pinta una realidad que no es. Ya basta de tanto engaño y exclusión.

**Edward Rodríguez**  
C.I. 7.362.317

### Sequías y apagones

En pleno invierno los habitantes de Acharaguas, estado Apure, padecen de sequía por su deficiente e insuficiente acueducto y por la calidad y cantidad de agua que se suministra. No menos alarmantes, y reclaman urgentemente la atención, son los frecuentes y prolongados apagones que dañan electrodomésticos e incrementan la inseguridad en esta ciudad apurueña.

**Eduardo Hernández Carstens**  
C.I. 36.035

### Cementerio en mal estado

Muchos vimos en el Cementerio del Este un sitio digno donde los restos de nuestros seres queridos pudiesen ser enterrados y así no tener que usar el Cementerio General del Sur, por su caótico cuidado e inseguridad. Pero al pasar el tiempo sus servicios se han ido a menos. Desde hace varios años personas han comenzado a prestar "servicios adicionales" para el sostenimiento de la grama y placas, no sé si relacionadas a la administración, pero la empresa también cobra por un supuesto mantenimiento, el cual en los últimos años deja mucho que desear. En junio y julio observé que se estaban realizando trabajos alrededor de la parcela J-139-II-D y dejaron el lugar en malas condiciones. El 01-10-10 le dimos sepultura a mi madre y al día siguiente me encontré monte, basura y lasa regadas por los alrededores. Considero esto injusto con los altos costos que aplica esta compañía. Si ustedes no son capaces de dar el servicio sugiero que los propietarios nos pongamos de acuerdo para nombrar juntas de condominio que se ocupen del mantenimiento.

**Manuel Antonio Tirado Morcén**  
C.I. 3.143.811

Figura 1. Contacto Directo y Cartas. (Creación propia, 2010)

A continuación en la misma línea izquierda vendrá lo que se llamó “Foto denuncia”, elemento nuevo que vendría a inaugurar la imagen como elemento multimedia en la página del *Correo del Pueblo*. La facilidad de los usuarios por tomar una foto en cualquier lugar con un celular, hace de este espacio el lugar perfecto para publicar sus denuncias.

En este caso los usuarios enviarían una foto denunciando cualquier hecho o problema, acompañado de un pequeño escrito de 250 caracteres, el cual se colocará como leyenda de la imagen. Además el módulo está diseñado para que en su parte superior derecha puedan verse hasta 10 entradas anteriores, además del archivo de fechas pasadas.

**Foto denuncia** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**Hueco en la avenida México**



La avenida México del centro de Caracas se ha vuelto intransitable por la cantidad de huecos que nos conseguimos en la vía. Por favor, las autoridades competentes hagan algo. Ni porque aquí se encuentran la mayoría de los organismos públicos arreglan estas calles.

Luis Mendoza C.I. 5.656.543

Figura 2. Foto denuncia. (Creación propia, 2010)

Para este espacio se pensó primordialmente en el reporte de problemas como huecos, botes de agua, derrumbes, protestas, etc. que normalmente son casos muy frecuentes en esta sección. Con la “Foto denuncia” **El Universal** estaría abriéndole una ventana gráfica a esa necesidad que tienen los lectores de sacar a la luz los problemas que aquejan su comunidad.

Comenzando la Columna derecha se despliega el cuadro de la red social Twitter, el cual se publicarán los mensajes de los lectores que estén afiliados al servicio @correodelpueblo o hagan mención a dicha dirección.



Figura 3. Correo Twitter. (Creación propia, 2010)

La red social Twitter se ha convertido en una ventana informativa muy importante para la sociedad venezolana. De ahí el éxito que han tenido direcciones como @eutrafico (servicio de información del tránsito en La Gran Caracas), @caracasmetro (dirección donde los usuarios del Metro de Caracas reportan los diversos problemas del sistema de transporte), @hoyquehay (donde se informa el calendario de eventos que hay en Caracas para ese día).

Que el *Correo del Pueblo* en la web forme parte de esta gran social como un servicio de denuncias y reclamos, daría a la sección la inclusión en la Web 2.0, paso muy importante en un espacio como este donde la inmediatez de las noticias y planteamientos podrían surtir su efecto con más efectividad, en beneficio de la sociedad.

Finalmente, en la misma columna derecha, continúa el espacio para los SMS. Un mensaje corto que vendría a representar más o menos el transmitido por Twitter, y que igual estaría rotando en el módulo según vayan llegando a la sección.



**Mensajes al Correo del Pueblo**   
envía tu sms a (CORREO) 267736

SMS - Luis Martínez / C.I. 12.345.325

Las colas en Banesco son insostenibles. No puede ser que a las 12:00 del medio día los cajeros se vayan a comer y los usuarios nos quedemos esperando a que el único cajero que queda nos atienda. Mejoren señores.

SMS - Carlos Díaz / C.I. 13.678.345

Gracias a los fiscales de Chacao. Inmediatamente me atendieron el choque que lamentablemente sufrí en plena avenida Francisco de Miranda. Este es un buen servicio.

SMS - Miguel Duarte / C.I. 3.456.987

Auxilio señores del IVSS. Tengo dos años tratando de obtener mi pensión y en el Centro Simón Bolívar nadie me le para a mi caso. Espero que alguien diligente en el IVSS me ayude.

Figura 4. Correo SMS. (Creación propia, 2010)

El SMS se escoge pensando en las tendencias del país al poseer casi el doble de líneas telefónicas móviles por habitantes, y que en su mayoría son para celulares convencionales y no *Smart Phone* con acceso a Internet. Por ello los mensajes de texto vendrían a cubrir ese segmento de la población que igualmente quiere expresarse por este espacio utilizando el recurso de la inmediatez, sin la necesidad de pertenecer a Twitter, pero sí poseyendo un modo de comunicación tan masivo como el SMS.

### **Diseño de la interfaz**

Es importante destacar que el diseño de esta propuesta se realizó con base en las características y lineamientos gráficos que predetermina el estilo visual de *Eluniversal.com*. Los colores, diagramación, módulos de texto, imágenes, tipos de fuentes, tamaños y formatos; siempre apoyados en la recomendación de los expertos en proyectos web de ***El Universal***.

En primer lugar se pensó en la utilización del logo del *Correo del Pueblo* como apertura a la sección. Anteriormente solo aparecía el nombre del espacio en un tipo de letra uniforme que dejaba de lado la identidad gráfica de la marca (Ver Anexo 3).



*Figura 5. Logo Correo del Pueblo. (Creación propia, 2010)*

Y se decidió hacer énfasis en la marca pues el *Correo del Pueblo*, tras más de 50 años de publicaciones, ha sabido posicionarse en los lectores de cinco generaciones como el espacio bandera para la participación.

En la publicación que se realiza de **El Universal** en papel, el Contacto Directo va acompañado de una ilustración, la cual no se agrega en la versión web. Pero para darle vistosidad y relevancia a las cartas de este espacio se abrirá con dicha imagen en un tamaño acorde con la columna.

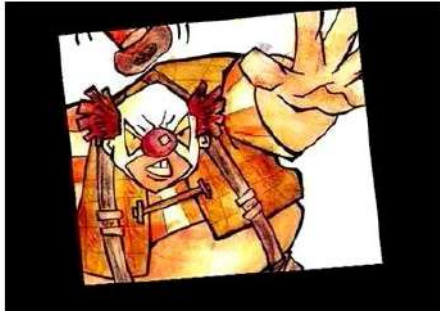


Figura 6. Ilustración. (Creación propia, 2010)

En la última parte de la columna izquierda, la página cierra con banners de los servicios Web 2.0 de **El Universal**: @eutrafico y @eluniversal por Twitter y Doble Vía por Eluniversal.com, esto con el fin de también propiciar la participación de los lectores en estos espacios.

### Servicios de El Universal



**@EuTráfico**  
Reporta y mantente informado sobre el tráfico en la Gran Caracas desde tu Twitter



**Doble Vía**  
¿Quieres participar en el contenido que publica **El Universal**? Opina de los diferentes temas que te ofrecemos todas las semanas



**@El Universal**  
Entérate de las noticias al instante por el Twitter de **El Universal**. Minuto a minuto de información.

Figura 7. Servicios. (Creación propia, 2010)

Igualmente, al final de la columna derecha se incluyen las publicaciones de la sección *Opinión*, para no desvincular al *Correo del Pueblo* de esta área periodística y adicionalmente generar tráfico cruzado. Aquí se muestra la viñeta del día de Rayma y los artículos destacados del día.

**Opinión**

**Las viñetas de Rayma** [Ver todas »](#)



Puedes ver las viñetas anteriores seleccionando aquí una miniatura:



Completa mis caricaturas  
**RAYMA** INTERACTIVA

**Nuestras firmas** [Ver todos »](#)

**CARLOS RAÚL HERNÁNDEZ**  
**Balada del soldado más lento**  
(A Roberto Enríquez, con aprecio) Alcaldías, (...)

**MIGUEL SANMARTÍN**  
**Asamblea y calle**  
La oposición democrática reapareció con (...)

**ROSALÍA MOROS DE BORREGALES**  
**Enamorados por siempre**  
A veces me he encontrado pensando en lo (...)

**NERIO ENRIQUE ROMERO**  
**Una idea base para el gobierno universitario**  
La transformación eficaz de la universidad (...)

**FRANCISCO OLIVARES**  
**¿Cómo recuperar una propiedad?**  
La señora Eloisa Álvarez tuvo que pasar 23 días (...)

Figura 8. Opinión. (El Universal, 2010)

## Contenido Editorial

Al final de cada espacio (cartas, foto denuncia, Twitter y SMS) se colocó la explicación sobre cómo participar en las publicaciones del *Correo del Pueblo*. Aquí se detallan las vías por las cuales pueden enviar sus cartas, fotos o mensajes, los datos de identidad y los canales por los cuales hacerlos llegar a **El Universal**.

Además, se reflejarán los Derechos que se reserva el medio de comunicación sobre la edición de los comentarios, cartas o mensajes, y también sobre su publicación.

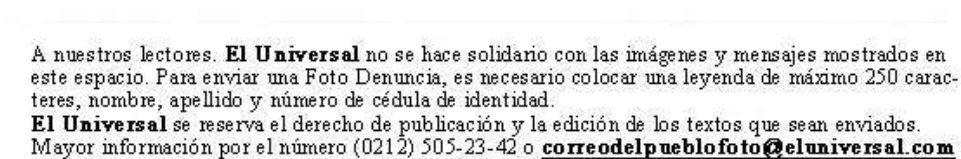


**A nuestros lectores**

\* Todas las denuncias publicadas en esta sección son responsabilidad de quien las firma. **El Universal** no se hace responsable por las opiniones emitidas en este espacio. Las cartas enviadas al correo del pueblo deben estar debidamente firmadas, contener fotocopia de la cédula de identidad, número telefónico y dirección del remitente, sin exceder de diez (10) líneas.

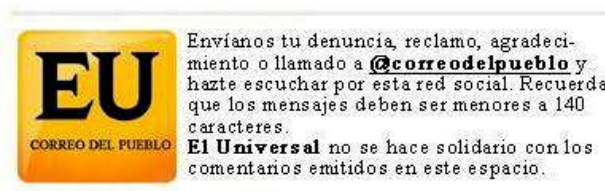
\* El Diario El Universal se reserva el derecho de editar los textos como su publicación. Las cartas deben ser dirigidas a: Correo del Pueblo, Edif. El Universal, Av. Urdaneta, Esq. de Ánimas, Caracas. Telf. 0501(OPINION) 0501-6746466, Fax. (0212) 5053713  
e-mail: [correodelpueblo@eluniversal.com](mailto:correodelpueblo@eluniversal.com)


Figura 9. Derechos Cartas. (El Universal, 2010)



A nuestros lectores. **El Universal** no se hace solidario con las imágenes y mensajes mostrados en este espacio. Para enviar una Foto Denuncia, es necesario colocar una leyenda de máximo 250 caracteres, nombre, apellido y número de cédula de identidad.  
**El Universal** se reserva el derecho de publicación y la edición de los textos que sean enviados. Mayor información por el número (0212) 505-23-42 o [correodelpueblofoto@eluniversal.com](mailto:correodelpueblofoto@eluniversal.com)

Figura 10. Derechos Fotos. (Creación propia, 2010)





Envíanos tu denuncia, reclamo, agradecimiento o llamado a [@correodelpueblo](https://twitter.com/correodelpueblo) y hazte escuchar por esta red social. Recuerda que los mensajes deben ser menores a 140 caracteres.  
**El Universal** no se hace solidario con los comentarios emitidos en este espacio.

Figura 11. Derechos Twitters. (Creación propia, 2010)



---

Envíanos tu denuncia, reclamo, agradecimiento o llamado por un mensaje de texto al número **267736**.  
**El Universal** no se hace solidario con los comentarios emitidos en este espacio y se reserva el derecho de edición.

---

Figura 12. Derechos SMS. (Creación propia, 2010)

## Usabilidad

En principio se había pensado permanecer con el método de publicación actual, es decir, las mismas cartas que aparecen en papel sería las del digital. Pero en este caso el contenido variaría únicamente en la Foto denuncia, el Twitter y los SMS.

Sin embargo, la propuesta de expandir la participación de los usuarios en *Eluniversal.com* obligó a no solo limitarse a la publicación en la versión papel, sino que, adicionalmente, se incluirían cartas en la versión web del *Correo del Pueblo* que no necesariamente aparecerán en el periódico del día.

Por ello, en la columna de las cartas serán incluidas las comunicaciones que se escogieron para la versión papel, según su orden de llegada, y serán agregadas otras tres para expandir el contenido en la página y brindarle a los usuarios mayores alternativas de espacio para publicar sus comentarios.

La Foto denuncia estaría disponible diariamente, es decir, una foto con comentario por día. Sin embargo, el módulo diseñado por *Eluniversal.com* permite a los usuarios seleccionar hasta diez fotos anteriores, lo cual brindaría un extenso archivo de publicación.

En el caso del módulo de Twitter, será un servicio mediante el filtro de mensajes directos, tal cual como se maneja con *@eutrafico*. Los usuarios

enviarán un mensaje directo a *@correodelpueblo* y el moderador al aprobar su contenido lo reenviará a la red social con el usuario del *Correo del Pueblo*.

Las publicaciones en el módulo de Twitter se actualizarán a medida que se vayan agregando mensajes de los usuarios, y aparecerán en pantalla 10 a la vez, los cuales se irán corriendo en forma descendente.

El mismo método de publicación funcionará con el módulo de Mensajes de texto, pero en este caso aparecerán solo cinco, con opciones de expansión del espacio según vaya creciendo la participación.

Los SMS se manejarán mediante un número telefónico que se escogerá para que los lectores envíen sus mensajes. El moderador lo recibirá y lo transcribirá en la plataforma de contenidos para la publicación respectiva.

Al colocar el cursor sobre de los banners de la columna izquierda: *@eutrafico*, *@eluniversal* y *Doble Vía*, cambiará de forma para indicarle a los usuarios que se puede hacer clic en ellos. La operación los enviará a los perfiles de la red social en las dos primeras opciones, y al espacio en ***El Universal***, en el tercer banner.

La funcionalidad de los módulos de *Opinión* y *Rayma*, será igual que en el resto de la página: con un clic enviarán al lector al artículo seleccionado o a la viñeta del día.

### **Procesos de seguridad para las publicaciones**

Actualmente la publicación de una carta requiere de una serie de requisitos que ayudan a resguardar la identidad de los lectores. En ese

sentido, es indispensable que la persona que quiera enviar una carta al *Correo del Pueblo*, debe hacerlo acompañada de la copia de su cédula, dirección de habitación y teléfonos. Todo esto es por disposición del Departamento Jurídico del medio de comunicación.

Es necesario que antes de incluir una carta para cualquier publicación el periodista confirme los datos de la persona con una llamada. Este procedimiento es igualmente necesario para resguardar la identidad de las personas, proceso que se viene realizando en el *Correo del Pueblo* desde sus inicios. Los canales regulares por donde envían los lectores sus planteamientos son vía correo electrónico, fax o directamente por correspondencia.

Pero en los casos de los mensajes de texto, las fotografías y el Twitter las medidas de seguridad deberán variar. Por ejemplo, se planteó que no todos los mensajes de Twitter pueden ser publicados. Es por ello que en el caso de este servicio serán regulados todos los comentarios de los lectores por un periodista y solo publicarán los que no rompan con la línea editorial del medio de comunicación. En cuanto a la identidad de la persona, el mensaje deberá venir con el nombre y el número de cédula de la persona.

En el caso de los SMS serán de la misma forma controlados y serán publicados con los datos de la persona, sin incluir el teléfono desde donde envía el mensaje.

La Foto denuncia será flexible en el aspecto de los datos personales como en los mensajes de Twitter y SMS, tomando en cuenta la inmediatez de la publicación. Sin embargo se está estudiando solicitar la copia de la cédula como el caso de las cartas, pues si el lector puede enviar una foto también puede hacerlo con su cédula.

## Producto final

MI CUENTA | REGÍSTRATE  
SUSCRIPCIONES  
ANUNCIANTES

**EL UNIVERSAL**  
CARACAS, martes 12 de octubre, 2010 | Actualizado hace 1\*

Buscar  BUSCAR

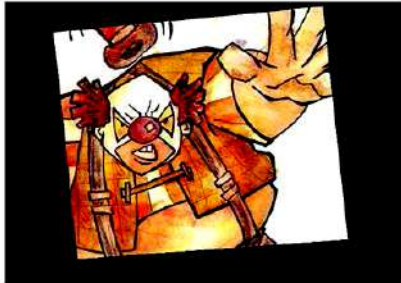
Secciones Daily News Edición Impresa Servicios Multimedia Clasificados Estampas 101 años

Nacional y Política Sucesos Opinión Economía Deportes Caracas Internacional Arte y Entretenimiento Vida

Inicio > Opinión > Correo del pueblo

## CORREO DEL PUEBLO

### CONTACTO DIRECTO



### ESOS CHEQUES NO LOS FIRMÉ YO

He sido cliente de Corp Banca por más 10 años y me llama mucho la atención la falta de seriedad y responsabilidad por el caso que me aqueja. El 02-08-10 hice un retiro vía cajero electrónico y me percaté que existía un saldo muy inferior al que poseía en dicha cuenta. Me dirigí a la agencia en Coche, donde me comunican que existen dos cheques cobrados por montos de BsF 3.800 y BsF 4.400, por lo cual de inmediato mostré la chequera que mantengo en uso desde hace un año aproximadamente.

Pero la respuesta que obtuve de atención al cliente es que los cheques cobrados pertenecían a la chequera anterior. Me consiguieron copias de ellos y les expliqué que no es mi firma y que tampoco fui llamado para autorizar los pagos. Sin embargo elaboré mi reclamo el día 03-08-10 y me informaron que en 20 días obtendría respuesta, pero a la fecha no he recibido ninguna comunicación satisfactoria.

**Gleb Machado**  
C.I. 12.394.837

### ACUDA A LA AGENCIA DE COCHE

Con relación al reclamo realizado por el señor Gleb Machado, referente a su inconformidad con dos cheques cobrados presuntamente sin su autorización, la gerente de Comunicaciones Corporativas de Corp Banca informa que la solicitud del cliente fue convenientemente canalizada con los departamentos correspondientes. En ese sentido la entidad bancaria invita al señor Machado para que acuda a la oficina de Coche, donde la gerente de la agencia le informará sobre la respuesta de su caso.

Corp Banca ofrece disculpas por los inconvenientes ocasionados y reitera su disposición a atender cualquier requerimiento a través sus canales de atención: el servicio Contacto Arago por el número telefónico 0-500-920-0000, 0500-MIBANCA (0500-642-2622) o visitando directamente cualquiera de las agencias BOD o Corp Banca ubicadas a nivel nacional. Igualmente, los usuarios que quieran obtener cualquier tipo de información pueden ingresar a su página de Internet [www.corpbanca.com.ve](http://www.corpbanca.com.ve).

### Exclusión con computador

Desde hace más de tres meses que estoy tratando de adquirir una computadora financiada a través del plan "Cantv Equipado", pero lamentablemente por unas estrategias de ventas solo se las están ofreciendo a los clientes que no tienen Internet ni computadora. En mi caso ya poseo conexión pero se me dañó la computadora y cada vez que intento comunicarme a través del 0800-CANTV-00 los operadores solo me ofrecen la portátil. Por la página web es misión imposible. ¿Por qué para unos sí hay computadoras y para otros venezolanos no? Agradecería que algún supervisor de estrategias y planificación me explique el por qué de esta estrategia de mercado. Lo cierto es que cuando el presidente de Cantv está en cadena con el comandante Chávez, le pinta una realidad que no es. Ya basta de tanto engaño y exclusión.

**Edward Rodríguez**  
C.I. 7.362.317

### Sequías y apagones

En pleno invierno los habitantes de Achaguas, estado Apure, padecen de sequía por su deficiente e insuficiente acueducto y por la calidad y cantidad de agua que se suministra. No menos alarmantes, y reclaman urgentemente la atención, son los frecuentes y prolongados apagones que dañan electrodomésticos e incrementan la inseguridad en esta ciudad apureña.

**Eduardo Hernández Carstens**  
C.I. 36.035

twitter @correodelpueblo

**EU** Orden en que serán rescatados los 33 mineros en Chile <http://bit.ly/cvz2Qcs>

© globovision, | 1 Tue 12 Oct 20:35 via http

**EU** RT @anibalcamilo: @caracasmetro somos casi 20 mil seguidores + nuestros cuadros familiares seremos muchos los q podemos aportar al metro.

© caracasmetro, | 1 Tue 12 Oct 20:35 via Gravity

**EU** RT @cicchellas: @caracasmetro yo trabajo en altamira muchísimas veces me voy caminando a plaza vza que tal... diran que estoy loco, no???

© caracasmetro, | 1 Tue 12 Oct 20:35 via Gravity

**EU** #Deportes Alexis Espinoza conecta Grand Slam y Caribes apalea 15 a 2 a Navegantes del Magallanes a la altura del 8vo episodio.

© globovision, | 1 Tue 12 Oct 20:32 via web

**EU** Capsula de rescate vacía realiza un primer viaje de reconocimiento #rescatemineros - <http://tinyurl.com/25289ev>

**EU** El Vino Toma Caracas en Centro San Ignacio, el 14, 15 y 16 de octubre.

© LariChabang, | 1 Tue 12 Oct 20:30 via Hot5Star

**EU** RT @ROCKMERO TOUR: RT 5 O S @ROXANIAESCALONA: Todavía seguimos a la deriva en tuacas ya sacamos a 4 en un penero pero la guardia

© MiguelArtes, | 1 Tue 12 Oct 20:29 via Hot5Star

**EU** La última vez que vi algo bajar 626 mts fue la popularidad de Chávez.

© grandtopes, RT by ReinaRebecaAnda, | 1 Tue 12 Oct 20:19

**EU** RT @ElUniversal: Nuevo post en el blog FORMULA 1 A DOS MANOS, de Alfredo Pimentel: "Japón se rinde ante Vettel" <http://bit.ly/8Z4foN>

Alfredopimentel, RT by luisrodriguez7732, | 1 Sun 10 Oct 12:11

**EU** RT @Alfredopimentel: Nuevo post en mi blog FORMULA 1 A DOS MANOS: "Japón se rinde ante Vettel" <http://bit.ly/aJ81CX>

galloze, | 1 Sun 10 Oct 10:07 via UberTwitter

**EU** Envíanos tu denuncia, reclamo, agradecimiento o llamado a [@correodelpueblo](http://twitter.com/correodelpueblo) y hasta escuchas por esta red social. Recuerda que los mensajes deben ser menores a 140 caracteres. El Universal no se hace solidario con los comentarios emitidos en este espacio.

**Mensajes al Correo del Pueblo**  
envía tu sms a (CORREO) 267736



SMS - Luis Martínez / C.I. 12.345.325

Las colas en Banesco son insoportables. No puede ser que a las 12:00 del medio día los cajeros se vayan a comer y los usuarios nos quedemos esperando a que el único cajero que queda nos atienda. Mejoren señores.

### Cementerio en mal estado

Muchos vimos en el Cementerio del Este un sitio digno donde los restos de nuestros seres queridos pudiesen ser enterrados y así no tener que usar el Cementerio General del Sur, por su caótico estado e inseguridad. Pero al pasar el tiempo sus servicios se han ido a menos. Desde hace varios años personas han comenzado a prestar "servicios adicionales" para el sostenimiento de la grama y placas, no sé si relacionadas a la administración, pero la empresa también cobra por un supuesto mantenimiento, el cual en los últimos años deja mucho que desear. En junio y julio observé que se estaban realizando trabajos alrededor de la parcela J-139-II-D y dejaron el lugar en malas condiciones. El 01-10-10 le dimos sepultura a mi madre y al día siguiente me encontré mojado, basura y losas rotas por los alrededores. Considero esto injusto con los altos costos que aplica esta compañía. Si ustedes no son capaces de dar el servicio sugiero que los propietarios nos pongamos de acuerdo para nombrar juntas de condominio que se ocupen del mantenimiento.  
**Manuel Antonio Tirado Morejón**  
 C.I. 3.143.811

### Quiero pagar mi tarjeta

Doctora Mary Espinoza Robles y doctor Mario José Heriwe López, interventores del Banco Federal. Acudo a ustedes porque habiendo agotado todas las instancias (bancos de Venezuela, del Tesoro, Canbe y Fogade) y en procura de información sobre la cancelación de la deuda que poseo con ellos en mi tarjeta de crédito (número 5400-7501-1286-5790), hasta los momentos ninguna ente me orienta dónde puedo honrar este compromiso, generando mensualmente intereses de 28%, improcedentes, por cuanto tengo la disposición de cancelar el total. Lo preocupante es que el monto a cancelar hasta el momento de la intervención era de BsF 7.500, pero ahora asciende a BsF 6.334. En la página notifican que el proceso de pago se encuentra suspendido al igual que el cobro de intereses (Resolución 306 del 14-06-10, Gaceta 3978 Extraordinaria, Resolución 416 del 10-08-10, Gaceta 39484). Agradezco me indiquen cómo pagar mi deuda al teléfono 0416-924-33-76.  
**Estilva Medrano de Rondón**  
 C.I. 3.850.686

### A nuestros lectores

• Todas las denuncias publicadas en esta sección son responsabilidad de quien las firma. **El Universal** no se hace responsable por las opiniones emitidas en este espacio. Las cartas anotadas al cuerpo del pueblo deben estar debidamente firmadas, contener fotocopia de la cédula de identidad, número telefónico y dirección del remitente, sin excepciones de diez (10) líneas.

• El Diario El Universal se reserva el derecho de editar los textos como su publicación. Las cartas deben ser dirigidas al cuerpo del Pueblo, Edif. El Universal, Av. Urbánito, Esq. de Animas, Caracas. Telf: 0501 (0212) 505-23-42, Fax: (0212) 505-3713  
 e-mail: [corredelpueblo@eluniversal.com](mailto:corredelpueblo@eluniversal.com)

### Foto denuncia



#### Hueco en la avenida México



La avenida México del centro de Caracas se ha vuelto intransitable por la cantidad de huecos que nos conseguimos en la vía. Por favor, las autoridades competentes hagan algo. Ni porque aquí se encuentran la mayoría de los organismos públicos arreglan estas calles.  
**Luis Mendoza** C.I. 5.656.543

A nuestros lectores: **El Universal** no se hace solidario con las imágenes y mensajes mostrados en este espacio. Para enviar una Foto Denuncia, es necesario colocar una leyenda de máximo 250 caracteres, nombre, apellido y número de cédula de identidad. **El Universal** se reserva el derecho de publicación y la edición de los textos a que sea necesario. Mejor información por el número (0212) 505-23-42 o [corredelpueblofoto@eluniversal.com](mailto:corredelpueblofoto@eluniversal.com)

### Servicios de El Universal



**@EuTráfico**  
 Reporta y mantente informado sobre el tráfico en la Gran Caracas desde tu Twitter



**Doble Vía**  
 ¿Quieres participar en el contenido que publica **El Universal**? Opina de los diferentes temas que te ofrecemos todas las semanas



**@El Universal**  
 Entrate de las noticias al instante por el Twitter de **El Universal**. Minuto a minuto de información.

### SMS - Carlos Díaz / C.I. 13.678.345

Gracias a los fiscales de Chacao. Inmediatamente me atendieron el choque que lamentablemente sufrí en plena avenida Francisco de Miranda. Este es un buen servicio.

### SMS - Miguel Duarte / C.I. 3.456.987

Auzilio señores del IVSS. Tengo dos años tratando de obtener mi pensión y en el Centro Simón Bolívar nadie me le para a mi caso. Espero que alguien diligente en el IVSS me ayude.

### SMS - Ana Moreno / C.I. 19.345.586

Hasta cuando tanto desinterés por lo que pasa en Caracas con la delincuencia. Ya no aguantamos más los venezolanos. La Policía Nacional está de adorno. Hagan algo señores del Gobierno.

### SMS - Alfonso Medina / C.I. 16.456.375

Hueco y más huecos es lo que conseguimos en la autopista Caracas, Guarema, Higuerote. A parte que no terminan la vía completa hacia Oriente, ni siquiera mantienen lo poco que han hecho.

Envíanos tu denuncia, reclamo, agradecimiento o llamado por un mensaje de texto al número **267736**. **El Universal** no se hace solidario con los comentarios emitidos en este espacio y se reserva el derecho de edición.

### Vías de comunicación

Si deseas enviarnos tus sugerencias, comentarios o hacemos alguna consulta, puedes hacerlo a través de cualquiera de nuestras vías de comunicación:

**Correo Postal**  
 Av. Urbánito, Torre El Universal, piso U2,  
 Redacción, Correo del Pueblo.

**Email**  
[corredelpueblo@eluniversal.com](mailto:corredelpueblo@eluniversal.com)

**Centro de atención El Universal**  
 (0212) 505-23-42 FAX: (0212) 505-3713

### Opinión

#### Las viñetas de Rayna

Ver todas »

MMH...  
**QUE BUENO ESTÁ ESTE PAÍS PATICHO...**

Puedes ver las viñetas anteriores seleccionando aquí un número.

Completa tus caricaturas

**RAYNA** INTERACTIVA

comprar imagen

#### Nuestras Firmas

Ver todas »

**Per Kirwanoff**  
**Viva la dudocracia!**  
 "Después de sistemáticamente saquear la (...)"

**José Luis Méndez La Fuente**  
**Yo soy un revolucionario (y qué?)**  
 Si para algo han servido las denuncias del lector (...)

**Ricardo Gil Ortiz**  
**La flamigera personalidad de Gonzalo Picón Febres**  
 Llama poderosamente la atención la confluencia en (...)

**Romer A. Romero-Medina**  
**"51 y 12 años desperdiciados, respectivamente"**  
 "Tricá autoridad usurpada es Ineficaz y sus actos (...)"

**Cevaldo Pizar Pérez**  
**Terremoto a la vista**  
 Todas las personas que han hecho algo serio en su (...)

Figura 13. Producto Final. (Creación propia, 2010)

## CONCLUSIONES

La llegada de la Web 2.0 viene a enriquecer el contenido publicado por los medios de comunicación con la ayuda de los usuarios. Es importante reconocer este cambio que ha tenido la audiencia, ellos desean participar y los medios les están brindando herramientas para que lo hagan.

El *Correo del Pueblo* no puede escapar a este progreso. De ahí el interés de ***El Universal*** de innovar dicho espacio y aprovechar las tendencias de la Web 2.0 para crecer como espacio público de participación.

El objetivo del presente trabajo, y su aporte principal, fue precisamente proponer la optimización de dicha sección en su versión online para propiciar la participación interactiva de los usuarios.

Inicialmente se investigó en medios de comunicación digitales las tendencias del CGU que son utilizadas, para determinar qué espacios de participación se podían agregar en el *Correo del Pueblo*. En ese sentido se detectó que las foto denuncias y redes sociales como el Facebook y Twitter sirven de canales para que los lectores produzcan contenido para los medios digitales.

Por recomendación de los expertos en los procesos de innovación de la página de ***El Universal***, también se investigó dentro de *Eluniversal.com* pues estas herramientas ya son utilizadas por el medio, pero son aplicados en otras áreas de información. Con ello se conoció que el proceso de

producción al momento de aplicar esta propuesta puede ser más sencillo, puesto que los módulos que se desean incluir ya existen.

Otros métodos de participación que se percibieron fueron: encuestas, debates y mensajes, comentarios, pregunta y respuesta, blogs de lectores y galerías de videos. Sin embargo, a excepción de los videos y los blogs de lectores, los demás elementos ya son usados por el medio de comunicación en sus distintos espacios de participación que no guardan relación con el *Correo del Pueblo*.

El actual diseño de esta sección solo es una copia del contenido que es publicado en la versión impresa de ***El Universal***, y viendo las nuevas tendencias participativas y de producción de CGU, el medio de comunicación demandó la modificación del *Correo del Pueblo*, incluyendo herramientas Web 2.0, para propiciar la colaboración de los lectores y a su vez aumentar la lectoría.

Posteriormente se planteó diseñar una propuesta gráfica, basada en las herramientas Web 2.0, y guiada por la necesidad de ***El Universal*** y los lectores en obtener y producir contenido colaborativo.

Es así como en la estrategia se propuso la inclusión de herramientas como los mensajes a través de la red social Twitter, mensajes de texto desde teléfonos móviles, y foto galería con leyenda; con la finalidad de propiciar la participación interactiva de los usuarios.

A partir de esto se dio vida al aporte principal de este Trabajo Especial de Grado: la propuesta gráfica del *Correo del Pueblo*, proyecto digital que fue creado a través de una serie de pasos que implicaron: el diseño de la arquitectura de la información y de su interfaz (respetando la identidad

gráfica de *Eluniversal.com*), la elaboración de su contenido editorial, determinación de la usabilidad de los espacios de participación y de los procesos de seguridad para el contenido que publicará.

De esta forma se logró proponer, a través de un proceso de investigación, un espacio que dispone de herramientas Web 2.0 que se adaptara a las necesidades de producción de CGU requeridas por ***El Universal***.

Queda ya del medio de comunicación, dependiendo de su efectividad, estudiar la aplicación de la propuesta también en la versión papel del *Correo del Pueblo*, la inclusión del elemento multimedia video, y de la red social Facebook.

Desde hace más de 50 años el *Correo del Pueblo* ha acompañado a los venezolanos como espacio para expresar sus opiniones, y ahora con estas nuevas herramientas se estaría tomando en cuenta todo el público que vive de la interactividad. En este punto todos los que evaluaron la propuesta dentro de ***El Universal*** estuvieron de acuerdo.

Es por ello que como resultado de la evaluación, la propuesta fue aprobada y será aplicada en el próximo rediseño pautado para el segundo trimestre de 2011. Sin embargo, herramienta como Twitter podría ser aplicada antes del cambio total de la página.



## RECOMENDACIONES

Para ***El Universal***:

La dirección en Twitter debe ser un canal independiente de ***El Universal***, para darle impulso a la marca.

Realizar un esquema de reglas que limite a los usuarios en la utilización del canal Twitter. Las normas deben estar aprobadas por la Consultoría Jurídica del medio, que a su vez también debe revisar y aprobar qué temas pueden ser publicados en este espacio y cuáles no.

Hacer listas de *Hashtags* como por ejemplo: #Denuncia, #Cantv, #Clonacióntarjetas, #FallaDirectv. La aplicación de esta lista serviría de medidor de denuncias y a su vez podrían generar trabajos de investigación para las distintas secciones del diario.

Establecer un protocolo de envíos de mensajes. La opción de Mensaje Directo permitiría moderarlos, pero hay que tener en cuenta que la persona suscrita siempre podrá responder como mejor le parezca y también en el ReTweet. Por ello se debe estar atento contra los usuarios que no cumplan las reglas.

## LISTA REFERENCIAL

Adelta Asesores, (2005); *Uso de sitios con contenido generado por usuarios*. Extraído el 12 de marzo de <http://www.deltaasesores.com/estadisticas/internet/3354-uso-de-sitios-con-contenido-generado-por-usuarios>.

Baquía Knowledge Center, (2007); *Contenido Generado por los Usuarios: ¿amenaza u oportunidad?* Extraído el 24 de julio de <http://www.baquia.com/noticias.php?id=12082>.

Berners-Lee, Tim. (2000); *Tejiendo la red*. Madrid. Extraído el 04 de enero de <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4132752.stm>.

Bravo, C. (2007); *De la mentalidad 1.0 a la 2.0*. Revista Tendencias Comunicaciones Internas. Edición Diciembre, 11 - 14.

Briggs, M. (2007); *Periodismo 2.0*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas, Texas: Editorial John S. and James L. Knight Foundation.

Cabanes M., A. (2001); *Los géneros periodísticos y la audiencia en el periodismo digital*. Madrid, Universidad de San Pablo CEU. Extraído el 24 de julio de <http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/teorias/index-teorias.htm>

Casal, T. (Comunicación personal) (2010, 14, diciembre).

Cobo, C. y Pardo, H. (2007); *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México/Barcelona. México DF.

Espiritusanto, O. (2009); *Participación y periodismo ciudadano*. Cuadernos de Comunicación de Evoca. Editorial Evoca Comunicación e Imagen, Madrid.

Foguel, J. y Patiño, B. (2007); *La prensa sin Gutenberg*. Madrid: Editorial Punto de Lectura.

García, E. (2010); *Contenido Generado por el Usuario: aproximación al estado de la cuestión*. Extraído el 20 de enero de <http://es.scribd.com/doc/39766477/Contenido-Generado-por-el-Usuario-estado-de-la-cuestion>.

Gómez, R. (Comunicación personal) (2010, 14, diciembre).

Kelly, J. (2009); *Red Kayaks and Hidden Gold: the rise, challenges and value of citizen journalism*. Editorial Challenges, Reuters Institute of the Study of Journalism Challenge, University of Oxford.

Llano, S. (2005); *Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano*. Extraído el 06 de febrero de <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewArticle/1442>

Maita, M. (Comunicación personal) (2009, 11, diciembre).

Maletzke, G. (1976); *Psicología de la Comunicación Social*, Quito, Editorial Ciespal.

Márquez, E. (2010, abril 8); *Importancia del Contenido Generado por los Usuarios*. Extraído el 24 de julio de <http://emiliomarquez.com/2010/04/08/la-importancia-del-contenido-generado-por-el-usuario/>

Martínez, J. L. (2001); *Curso General de Redacción Periodística*. Madrid, Editorial Paraninfo.

Meso A., K. (2005); *Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística*. Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. Edición 90, 4 - 13.

O'Reilly, T. (2005); *What Is Web 2.0, Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Disponible en <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Pisani, F. y Piotet, D. (2009); *La alquimia de las multitudes*. Barcelona: Editorial Paidós.

Ribes, X. (2007); *La Web 2.0, El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva*. Documento disponible en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=73.htm>

Sádaba, M. (2000); *Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la World Wide Web*. En *Comunicación y sociedad*, vol. XIII, No. 1.

Salaverría, R. (2010); *El futuro perfil de los profesionales de la comunicación, y la Convergencia periodística y los procesos de reorganización de redacciones*. Ponencia en la Universidad Monteávila, 28 de noviembre de 2010, Caracas.

UPEL. (2006); *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas: Editorial Fedeupel.

# ANEXO 1 RÍO DE NOTICIAS

ME CUENTA | REGÍSTRATE  
SUSCRIPCIÓN EDICIÓN IMPRESA  
ANUNCIANTES

## EL UNIVERSAL

CARACAS, martes 12 de abril 2011 | Actualizado hace 3'

Secciones: Daily News | Edición Impresa | Servicios | Multimedia | Clasificados | Estampas

Nacional y Política | Sucesos | Opinión | Economía | Deportes | Caracas | Internacional | Arte y Entretenimiento | Vida

Inicio | El Universal con código de QR | Agregar al favoritos | Ayuda

---

Ver jornada completa >

10:13 PM | LUYDAS | Gabinete económico analiza datos beneficiarios

### Refugiados tendrán asignación económica especial

NACIONAL Y POLÍTICA. El ministro de Relaciones Internacionales y Justicia, Tarek El Aissami, explicó que la asignación se realizará bajo cuatro modalidades que son: beca-estudio y beca-trabajo; pensiones a adultos mayores, a madres vulnerables y familias que tengan bajo su cuidado a un familiar enfermo.

Comentarios (0)

---

10:01 PM | TERRORISMO | Además poseían material informático

### Etarras detenidos tenían más de 850 kilos de material explosivo

INTERNACIONAL. Posición retirada de amoníaco, peróxido y 100 kilos de combustible. Los hermanos Jon Ástor e Igor Escuela Dorconero formaban un 'bata' dedicado a custodiar y suministrar material a otros etarras.

Comentarios (0)

---

09:32 PM | BALONCESTO | Superó récord de Sam Shepherd

### Victor David Díaz, rey de los anotadores

BALONCESTO. El veterano llegó a 39.000 puntos de por vida, en el tercer cuarto del partido entre Panteras de Miranda y Trotamundos de Carabobo, hoy, en el Fórum de Valencia, para convertirse en el máximo anotador histórico del baloncesto profesional venezolano.

Comentarios (0)

---

09:11 PM | TERREMOTO EN JAPÓN | Plantearon escasez de repuestos

### Toyota suspende producción en 5 fábricas europeas por 8 días

INTERNACIONAL. El grupo explica en un comunicado que "la producción será detenida por varios días a fines de abril y principios de mayo, para volver a un ritmo reducido durante el mes mayo, a fin de manejar los recursos disponibles después del terremoto del 11 de marzo en este de Japón". La dinámica del primer fabricante mundial de autos está muy alterada.



Comentarios (0)

---

08:57 PM | CLIMA | Caracas tendrá algunas lluvias el miércoles

### Prevén otras 48 horas de lluvia en Los Andes y el Sur del Lago

NACIONAL Y POLÍTICA. "Estamos esperando que para las próximas 24 a 48 horas el tiempo tienda a mejorarse, paulatinamente, pero más hacia el norte y centro del país. Las precipitaciones se mantendrán en Los Andes y en el Sur del Lago, porque el sistema que está afectando esa zona se mantendrá allí, por los viernes 24 horas más", indica Inamhi.

Comentarios (0)

---

08:46 PM | DIPLOMACIA | Hodges se marchó hoy

### Embajador de Ecuador en EEUU a Quito tras impasse

INTERNACIONAL. Gallego volverá el viernes, después de que el pasado jueves fuera considerada persona 'non grata' por el Gobierno de Estados Unidos e invitado a salir del país, debido una portaveces de la Cancillería.

Comentarios (0)

---

08:20 PM | COSTA DE MARFIL | Se desconoce el lugar de reclusión

### Laurent Gbagbo bajo arresto domiciliario

INTERNACIONAL. Tras las operaciones del lunes se refirió Laurent Gbagbo ha sido retenido por los militares de las Fuerzas Armadas de Costa de Marfil y puesto a disposición de las autoridades gubernamentales", indica un comunicado.



Comentarios (0)

---

07:50 PM | ELECCIONES | Exijo apoyar a ningún candidato

### Kuczynski propone "Pacto por el Perú"

INTERNACIONAL. Entre esos compromisos figura el "respeto a la Constitución y rechazo a cualquier intento de perpetuación en el poder", un "deslinde claro con la corrupción y el 'arraglamiento' del pasado" y un "rechazo a la impunidad de los que en el pasado cometieron crímenes contra los derechos humanos y el Estado".



Comentarios (0)

---

Ver jornada completa >

### Lo más destacado

10:15 PM. SALUD. Enfermeros deciden ir a paro por seis horas este jueves  
Comentarios (4)

10:42 AM. SALUD. Ministro de Salud ve sin sentido huelga de hambre de enfermeros  
Comentarios (52)

11:06 AM. VIVIENDAS. Reprograman otra vez lanzamiento de Misión Vivienda Venezuela  
Comentarios (28)

11:55 AM. AGRO. Lojza afirma que producción de alimentos creció 44% en 11 años  
Comentarios (48)

09:39 PM. EXTRANJERO. Mubarak es trasladado a ciudad dos intentos tras sufrir infarto  
Comentarios (7)

09:46 PM. LABORAL. Dos huelguistas de Conavez inician huelga de sangre en Zulia  
Comentarios (2)

08:53 PM. POLÍTICA. Líder republicana pide que Perú rechace influencia de Chávez  
Comentarios (13)

08:06 PM. LABORAL. Ex trabajadores de Agroislenia reclaman pago de comisiones  
Comentarios (2)

---

Ver todos >

### Especiales



Boda en Westminster

VERA EN WESTMINSTER. Casaca los detalles de la boda del príncipe William y Kate Middleton



Gripe A/H1N1

SALUD. Cómo prevenirla y qué hacer ante la aparición de esta enfermedad



Crisis inmobiliaria

VIVIENDA. Expone sus dudas sobre todos los aspectos de esta problemática

---

Ver todos >

### Multimedia

Video | Foto galería | Infografía | Sonido



Protesta

Enfermeros marcharon por reivindicaciones salariales

NACIONAL Y POLÍTICA



# ANEXO 2 DOBLE VÍA

MI CUENTA | REGÍSTRATE  
SUSCRIPCIONES  
ANUNCIANTES

## EL UNIVERSAL

CARACAS, martes 12 de octubre, 2010 | Actualizado hace 1\*

Buscar  **BUSCAR**

Secciones: Daily News | Edición Impresa | Servicios | Multimedia | Clasificados | Estampas | 101 años

Nacional y Política | Sucesos | Opinión | Economía | Deportes | Caracas | Internacional | Arte y Entretenimiento | **Vida**

Inicio > Vida > **DobleVía**

**DOBLEVÍA**

¿Venezolano? Escribe nos a [doublevia@eluniversal.com](mailto:doublevia@eluniversal.com)

### Lo que debe saber sobre la trombosis venosa

**DOBLEVÍA Zona Médica:** El Dr. Marcos Viloria de Valencia, nos escribió las siguientes interrogantes relacionadas con el tratamiento y detección de la trombosis venosa: "Cómo interpretar un Eco Doppler, el Clopidogrel se puede usar indefinidamente", a las que el Dr. Rigoberto Marciano respondió.

**DOBLEVÍA** ¿Está bien comer solo yogur o caldo de pollo?



(www.corbis.com)

**Comentarios (0)**

ESPACIO PUBLICITARIO



**despegar.com**

Vuelas dónde Vuelas!

El mejor precio para tu viaje!

**Visítanos ahora!**

Acceso rápido a:

- RSS
- Obituarios
- Correo diario
- Gaceta Oficial
- Movil
- Carteles y edictos

**Avances**

**La pregunta**

¿Qué es lo que más disfrutas de la temporada de beisbol venezolano?



Participa a través de este especial o envía tu comentario, junto a tus datos completos al correo electrónico [doublevia@eluniversal.com](mailto:doublevia@eluniversal.com). Podrás ver publicada tu respuesta el próximo martes en la edición impresa de El Universal

**Escapadas**

**Heidelberg una ciudad inolvidable**

"Todo comenzó con un maravilloso viaje de 23 días por Europa recorriendo seis países: España, Francia, Inglaterra, Alemania, Austria e Italia. Durante el tour fue muy grata la estadía en la ciudad universitaria de Heidelberg, la cuna de la cultura Alemana, cantada por los grandes poetas románticos".

**Hoy hablamos de...**

**¿Qué es lo mejor y lo peor de la idiosincrasia del venezolano?**

El venezolano tiene tantas cosas para sentirse orgulloso como para desafiarse. Un espíritu vivaz que muchas veces lleva al abuso, y un extraordinario humor que puede impedir ver con la seriedad que corresponde los asuntos relevantes.

**Su opinión cuenta**

¿Qué tema te gustaría debatir en DobleVía?

Ahora puedes enviar sugerencias acerca de esos temas que quieres comentar en la Pregunta de la Semana.

**Entre amigos** Ver más »




ESPACIO PUBLICITARIO

**SALE EN PAPEL. SALE EN INTERNET. SALE TAN RÁPIDO QUE NI TE DAS CUENTA.**



**EMPLEO**

**CARROS**



**SALE EN PAPEL. SALE EN INTERNET. SALE TAN RÁPIDO QUE NI TE DAS CUENTA.**

Dale a tus salidas nocturnas el protagonismo que se merecen. Envía tu foto con una resolución de 300 dpi y un texto explicando tu celebración, de 340 caracteres, a [doublevia@eluniversal.com](mailto:doublevia@eluniversal.com)

**ENVIAR FOTOS**

### ¿Te Suena?



"Gato rojo" presenta mezcla de artes en el Celarg

Responde **Andreina Toro**

### Recetario Casero



Prepara una rica sopa de tomate al estilo mexicano

Responde **Marie Martínez**

### ¿Por qué?



¿Por qué las personas se colocan café en las heridas?

Responde **Julia Roche**

### Encuesta

¿Félix Hernández tiene una oportunidad real de ganar el Cy Young?

- Si, la efectividad (2.27), ponches (232) e innings lanzados (249.2) le dan crédito para el premio
- Si, pero a pesar de sus números, CC Sabathia es un fuerte rival
- No, con récord de 13 victorias y 12 derrotas no deberías ser tomado en cuenta
- No, hay otros lanzadores con mejores números

[OPINAR](#)

[VER RESULTADOS](#)

### Rayma Interactiva



Doble impermeabilización para no contaminarme de la lluvia ácida que caerá en la Asamblea - Elisabeth Graterol

### Foto de la semana

DOBLEVÍA

#### Jardines de La Estancia



Los amplios y coloridos jardines del Centro Cultural de Arica La Estancia abarcan una extensión de tres hectáreas cultivadas. Aquí le ofrecemos una tome del esplendor de este lugar emblemático de la ciudad de Caracas. (Cortesía de Irene Suárez)

### A jugar moviéndose, con las videoconsolas de séptima generación

**SUPLEMENTOS** Los tiempos de sentirse cómodamente en el sofá de la casa frente al televisor para disfrutar del esparcimiento pasivo de los videojuegos quedaron atrás. Así lo certifica el gran éxito que han tenido consolas como Wii, que ponen en movimiento hasta a los más grandes de la casa.

¿Te gustan los videojuegos que recrean la realidad?

- Sí
- No

[OPINAR](#)

[VER RESULTADOS](#)

### Tus fotos



Queremos disfrutar contigo los momentos deportivos más emocionantes de tus hijos. Envía una fotografía de tu pequeño a [doblevia@euniversal.com](mailto:doblevia@euniversal.com).



Sudoku



Crucigrama



Horóscopo



CADA SEMANA TENDRÁS UNA NUEVA VÍDEA QUE PODRÁS COMPLETAR CON TUS IDEAS. PARTICIPA!

**RAYMA**  
INTERACTIVA

OPCIÓN FELICITARIO



Haz click en..

Espercimiento  
*Alfredo Pantin Ruiz*



Control remoto

VV dejó sin terminar "Amor en custodia"  
*Carla Bravo*



La taquilla

Dura crítica al film de horror "Salomon Kane"  
*Rafael Casas*

### Mascotas

[Ver más >](#)



Envíanos una foto de tu mascota que esté relacionada con el tema del mes a [doblevia@euniversal.com](mailto:doblevia@euniversal.com)

[ENVIAR FOTOS](#)



Agenda universitaria

Música Neoespartana  
USB



Los chistes

En el colegio...  
*Alejandra Martínez*

### Vías de comunicación

Si deseas enviarnos tus sugerencias, comentarios o hacernos alguna consulta, puedes hacerlo a través de cualquiera de nuestras vías de comunicación.



**Correo Postal**  
Av. Urdaneta, Torre El Universal, piso U2.  
Redacción. **Atención Alejandra Romero**  
Beaujon.



**Email**  
[doblevia@euniversal.com](mailto:doblevia@euniversal.com)



**Centro de atención El Universal**  
0501.505.20202 | Fax: 0212.505.3710



# ANEXO 3 CORREO DEL PUEBLO ACTUAL

MI CUENTA | REGÍSTRATE  
SUSCRIPCIONES  
ANUNCIANTES

# EL UNIVERSAL

CARACAS, martes 12 de octubre, 2010 | Actualizado hace 4'

Buscar

Secciones Daily News Edición Impresa Servicios Multimedia Clasificados Estampas 101 años

Nacional y Política Sucesos **opinión** Economía Deportes Caracas Internacional Arte y Entretenimiento Vida

Inicio > Opinión > **Correo del pueblo**



## Correo del Pueblo

Selecciona el día, el mes y el año de su interés

Elija día  Elija mes  Elija año

Martes 12 de octubre de 2010

### Sequías y apagones

En pleno invierno los habitantes de Achaguas, estado Apure, padecen de sequía por su deficiente e insuficiente acueducto y por la calidad y cantidad de agua que se suministra. No menos alarmantes, y reclaman urgentemente la atención, son los frecuentes y prolongados apagones que dañan electrodomésticos e incrementan la inseguridad en esta ciudad apureña.  
**Eduardo Hernández Carstens**  
C.I. 35.0035

### Exclusión con computador

Desde hace más de tres meses que estoy tratando de adquirir una computadora financiada a través del plan "Carty Equipado", pero lamentablemente por unas estrategias de ventas solo se los están ofreciendo a los clientes que no tienen Internet ni computadora. En mi caso ya poseo conexión pero se me dañó la computadora y cada vez que intento comunicarme a través del 0800-CANTIV-00 los operadores solo me ofrecen la portafó. Por la página web es misión imposible. ¿Por qué para unos sí hay computadoras y para otros venezolanos no? Agradecería que algún supervisor de estrategias y planificación me explique el por qué de esta estrategia de mercadeo. Lo cierto es que cuando el presidente de Carty está en cadena con el comandante Chávez, le pinta una realidad que no es. Ya basta de tanto engaño y exclusión.  
**Edward Rodríguez**  
C.I. 7.362.317

### Cementerio en mal estado

Muchos vimos en el Cementerio del Este un sitio digno donde los restos de nuestros seres queridos pudiesen ser enterrados y así no tener que usar el Cementerio General del Sur, por su caótico cuidado e inseguridad. Pero al pasar el tiempo sus servicios se han ido a menos. Desde hace varios años personas han comenzado a prestar "servicios adicionales" para el sostenimiento de la grama y plantas, no sé si relacionadas a la administración, pero la empresa también cobra por un supuesto mantenimiento, el cual en los últimos años deja mucho que desear. En junio y julio observé que se estaban realizando trabajos alrededor de la parcela J-139-11-B y dejaron el lugar en malas condiciones. El 01-10-10 le dimos sepultura a mi madre y al día siguiente me encontré monte, basura y lodos regados por los alrededores. Considero esto injusto con los altos costos que aplica esta compañía. Si ustedes no son capaces de dar el servicio sugiero que los propietarios nos pongamos de acuerdo para nombrar juntas de condominio que se ocupen del mantenimiento.  
**Manuel Antonio Tirado Morejón**  
C.I. 3.143.811

### Esos cheques no los firmé yo

He sido cliente de Corp Banca por más 10 años y me llama mucho la atención la falta de seriedad y responsabilidad por el caso que me aqueja. El 02-09-10 hice un retiro vía cajero electrónico y me percaté que existía un saldo muy inferior al que poseo en dicha cuenta. Me dirigí a la agencia en Coche donde me comunican que existen dos cheques cobrados por montos de BsF 3.800 y BsF 4.400, por lo cual de inmediato mostré la chequera que mantengo en uso desde hace un año aproximadamente.

Pero la respuesta que obtuve de atención al cliente es que los cheques cobrados pertenecían a la chequera anterior. Me consiguieron copias de ellos y les expliqué que no es mi firma y que tampoco fui llamado para autorizar los pagos. Sin embargo elaboré mi reclamo el día 05-09-10 y me informaron que en 20 días obtendré respuesta, pero a la fecha no he recibido ninguna comunicación satisfactoria.

**Gleb Machado**  
C.I. 12.394.857

### Acuda a la agencia de Coche

Con relación al reclamo realizado por el señor Gleb Machado, referente a su inconformidad con dos cheques cobrados presuntamente sin su autorización, la gerente de Comunicaciones Corporativas de Corp Banca informa que la solicitud del cliente fue convenientemente canalizada con los departamentos correspondientes. En ese sentido la entidad bancaria invita al señor Machado para que acuda a la oficina de Coche, donde la gerente de la agencia le informará sobre la respuesta de su caso.

Corp Banca ofrece disculpas por los inconvenientes ocasionados y reitera su disposición a atender cualquier requerimiento a través sus canales de atención: el servicio Contacto Amigo por el número telefónico 0-800-920-0000, 0500-MIBANCA (0500-642-2622) o visitando directamente cualquiera de las agencias BCD o Corp Banca ubicadas a nivel nacional. Igualmente, los usuarios que quieran obtener cualquier tipo de información pueden ingresar a su página de Internet [www.corpbanca.com.ve](http://www.corpbanca.com.ve).

ESPañOL | FLETTITPÉD

### Acceso rápido a:

### Ahora en Portada

[Ver todos >>](#)

### Tormenta Paula daña viviendas y derriba árboles en Honduras



**01:44 AM. INTERNACIONAL.** Afectó a Cauquira, donde se registraron 13 casas con daños y dos destruidas. Una escuela fue (...)

**01:59 AM. NACIONAL Y POLÍTICA.** Se agrava situación en el Cuerpo de Bomberos de Maracaibo

**12:19 AM. FÚTBOL.** Renunció el Director de Selecciones de la FMF

**11:11 PM. GRANDES LEGAS.** Gigantes dejó en el camino a los Bravos en adiós de Bobby Cox

**10:24 PM. INTERNACIONAL.** Santos destaca evolución de relaciones con Chávez y Correa

**09:14 PM. SUCEOS.** Guardia Nacional se suma a búsqueda de peñero en Sucre

**08:59 PM. BALONCESTO.** Luis Beltré con alto impacto en México

### Opinión

#### Las viñetas de Rayma

[Ver todas >>](#)

MMH...  
QUE BIENO ESTA ESTE  
PAIS PASTICHO...

Puedes ver las viñetas anteriores seleccionando aquí una miniatura.



[ampliar imagen](#)

#### Nuestras Firmas

[Ver todas >>](#)

[Per Karowski](#)

#### ¡Viva la dudoeracia!

"Después de sistemáticamente saquear la (...)

[José Luis Mández La Puente](#)

#### Yo soy un revolucionario ¿y qué?

Si para algo han servido las denuncias del rector (...)

[Ricardo Gil Otaico](#)

#### La flamígera personalidad de Gonzalo Picón Febres

Lléna poderosamente la atención la confluencia en (...)

### Quiero pagar mi tarjeta

Doctora Mary Espinoza Roides y doctor Mario José Heribe López, interventores del Banco Federal, Acudo a Ustedes porque habiendo agotado todas las instancias (bancos de Venezuela, del Tesoro, Caribe y Fogade) y en procura de información sobre la cancelación de la deuda que poseo con ellos en mi tarjeta de crédito (número 5400-7501-1286-5790), hasta los momentos ningún un ente me orienta dónde puedo honrar este compromiso, generando mensualmente intereses de 28%, improcedentes, por cuanto tengo la disposición de cancelar el total. Lo preocupante es que el monto a cancelar hasta el momento de la intervención era de BsF 7.500, pero ahora asciende a BsF 8.334. En la página notifican que el proceso de pago se encuentra suspendido al igual que el cobro de intereses (Resolución 306 del 14-06-10, Gaceta 5975 Extraordinaria, Resolución 416 del 10-06-10, Gaceta 59484). Agradeczo me indiquen cómo pagar mi deuda al teléfono 0416-524-33-76.  
**Estilita Medrano de Rondón**  
C.I. 3.850.695

### A nuestros lectores

\* Todas las denuncias publicadas en esta sección son responsabilidad de quien las firma. El **Universal** no se hace responsable por las opiniones emitidas en este espacio. Las cartas enviadas al correo del pueblo deben estar debidamente firmadas, contener fotocopia de la cédula de identidad, número telefónico y dirección del remitente, sin exceder de diez (10) líneas.

\*\* El Diario El Universal se reserva el derecho de editar los textos como su publicación. Las cartas deben ser dirigidas al Correo del Pueblo, Edif. El Universal, Av. Urdaneta, Esq. de Ánimas, Caracas. Telf: 0501 (0212) 5053713, 0501-674-6666, Fax: (0212) 5053713 e-mail: [corredelpueblo@eluniversal.com](mailto:corredelpueblo@eluniversal.com)

### Ediciones

#### Anteriores

Octubre 2010						
D	L	M	M	J	V	S
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6

Enero 2008

### Servicios

- Gaceta Oficial
- Carteles y Edictos
- Obituarios
- Horóscopo

### La semana en Correo del pueblo

- Martes 12 de octubre de 2010
- Domingo 10 de octubre de 2010
- Sábado 9 de octubre de 2010

Romer A. Romero-Martínez

**"51 y 12 años desperdiciados, respectivamente"**  
"Toda autoridad usurpada es ineficaz y sus actos (...)"

Oswaldo Pulgar Pérez

**Terremoto a la vista**

Todas las personas que han hecho algo serio en su (...)

BOLETIN DE NOTICIAS

### Cartas al editor

[Ver Todos »](#)

Domingo 10 de octubre de 2010

**Democracia**

**latinoamericana**

Los acontecimientos de inestabilidad política en la región, como los sucedidos en las repúblicas de Honduras y Ecuador, (...)

Domingo 10 de octubre de 2010

**Lo más importante**

Domingo 10 de octubre de 2010

**¡Unifica y vencerás!**

### Su opinión cuenta

**¿Cree que el Gobierno provee a los venezolanos de información sobre todas sus actividades?**  
**Comentarios (53)**

**¿Cree que en Venezuela la autoridad civil está por encima de la militar?**  
**Comentarios (56)**


### Lo más

- | Leído | Comentado  | Enviado | Votado |
|-------|--|---------|--------|
| 1.    | Runrunes   |         |        |
| 2.    | Vargas Llosa ¿analfabeta o analfabeto?             |         |        |
| 3.    | Renunció el Director de Selecciones de la FIMF     |         |        |
| 4.    | "La suerte de la FANB está amarrada al fracaso ... |         |        |
| 5.    | Defensas del inquilino ante el desalojo del inm... |         |        |
| 6.    | AN eliminará sanciones por no inscribirse en el... |         |        |
| 7.    | Equipo de salvamento da toques finales para res... |         |        |
| 8.    | Solicitan emitir alerta roja contra González Go... |         |        |
| 9.    | ¡Gracias, Baruta!                                  |         |        |
| 10.   | El petroestado enfermo                             |         |        |

# ANEXO 4 YO PERIODISTA EL PAÍS


ELPAIS.COM

[registrar en titulares](#)
[conectar](#)



---

ELPAIS.com > Yo periodista



**Lo + curioso**

### Barajas, capital nacional del motociclismo clásico

Este fin de semana se celebra en el distrito madrileño una concentración de motos clásicas  
Yo, DAVID CARRASCOA - 08/09/2010

CULTURA

### Una obra de teatro dentro de una caja

'Kaptuloo' se estrena en la Feria de Teatro de Ciudad Rodrigo y traslada el espectáculo a una caja cerrada con mirillas para los espectadores  
Yo, JAVIER MUÑOZ - 26/08/2010

CULTURA

#### Antonio López pinta en la Puerta del Sol de Madrid

El pintor y escultor manchego elabora un cuadro en la céntrica localización de la capital de España  
Yo, SEBASTIÁN NAVARRETE - 25/08/2010

DESASTRES METEOROLÓGICOS

#### La rambla arrastra media docena de coches hasta el mar

La intensa lluvia que cayó durante más de una hora arrastró hasta el mar a varios coches aparcados a la orilla de la rambla en la playa de Las Delicias en Águilas, Murcia  
Yo, ANA SÁNCHEZ - 18/08/2010

URBANISMO

#### Embarcaderos provisionales e inaccesibles en Cadaqués

En la población gerundense se instalan en verano unos embarcaderos para poder acceder desde la playa a las embarcaciones de recreo, aunque no siempre sea fácil acceder a la orilla  
Yo, RAMÓN NAVARRO - 16/08/2010

INTERNACIONAL

#### Arequipa celebra los festejos de su fundación española

Miles de personas entre locales y turistas iniciaron los festejos por los 470 años de la Fundación Española de Arequipa con un vistoso pascocale  
Yo, OSCAR GONZÁLEZ MÁLAGA - 09/08/2010

• Un millar de bailarines de todas las provincias de "La Blanca Ciudad" iniciaron los festejos de los 470 años de la Fundación Española de Arequipa

MANIFESTACIONES Y PROTESTAS

#### Éxito del mercadillo solidario organizado por el padre Jonny

Su objetivo era recaudar fondos para la fundación Provecendo la Paz, que tiene como fin la promoción de la paz y la solidaridad, y que colabora con Manos Unidas  
Yo, Alberto Haritz - 09/08/2010

CULTURA

### La exposición fotográfica 'En el oeste' llega al museo Casares Quiroga de A Coruña

El fotógrafo francés Maiki Chichery ha inaugurado su exposición, compuesta por 35 fotografías  
Yo, FRANCISCO LÁZARO - 05/08/2010

### envíatunoticia

Si has sido testigo de una noticia envíanosla, ahora tú eres el periodista

**Móvil**

Envíatú información (fotos y vídeos) al 7750 con la palabra clave PAIS

\* Precios frecuentes

**Internet**

A través de un formulario puedes enviarnos textos, fotos, vídeos y archivos.

[Enviar noticia](#)

**En Yo periodista hablan de ...**

**Temas activos**

- \* Incendios  
Fuegos en la naturaleza, en las ciudades, en domicilios...
- \* Manifestaciones y protestas  
Crónicas de manifestaciones, protestas, reivindicaciones...
- \* A Fondo  
Análisis en profundidad de diversos temas
- \* Problemas municipales  
Todo lo relacionado con los problemas del municipio al que perteneces
- \* Urbanismo  
Recalificaciones, construcciones masivas, el urbanismo atroz y sus consecuencias

OTROS TEMAS

- \* General
- \* Desastres meteorológicos
- \* Estudiantes
- \* Accidentes
- \* A pie de campo
- \* Lo + curioso
- \* Tráfico
- \* Yo, crítico de cine
- \* Logros ciudadanos
- \* Música: conciertos y festivales
- \* Viñetas
- \* Yo, internauta
- \* Yo recomiendo
- \* Videodenuncia
- \* Internacional
- \* Yo, viajero
- \* Yo, ecologista
- \* Educación
- \* Cultura



**YO RECOMIENDO**  
**Gran afluencia de público a la II Feria de la Almendra en Benafer**

El 1 de agosto se celebró la segunda edición de la feria, organizada por el Ayuntamiento de Benafer  
Yo, CONEJUELO URBAN - 04/08/2010

**INTERNACIONAL**  
**La agonía de la "Kunsthau Tacheles"**  
Una colección apabullante de arte de vanguardia, en todas sus disciplinas se esconde en este edificio "okupa"  
Yo, BORJA ALCÁZAR - 27/07/2010

**INCENDIOS**  
**Grave incendio en Benidorm**  
Un helicóptero tuvo que acudir para ayudar en las labores de extinción  
Yo, ENRIQUE FONS - 30/07/2010

**MUSICA: CONCIERTOS Y FESTIVALES**  
**25.000 personas bailan en Benidorm con el Low Cost**  
Bandas como extranjeras como 'Placebo' o 'Editors' se mezclaron con otras españolas, como 'Love of Lesbian'  
Yo, MARÍA PILAR LÓPEZ - 27/07/2010

**FOTODENUNCIA**  
**Las dos Españas, la de ahora y la de antes**  
Un lector denuncia que una bandera franquista ondea en un edificio de Cullera desde el triunfo de la selección en el Mundial de Sudáfrica  
Yo, MANUEL ENRIQUE - 27/07/2010



**DEPORTES**  
**Celebración del triunfo de España en Nueva York**  
Algunos españoles que vivieron el triunfo de la selección española en la ciudad norteamericana festejaron el triunfo en la fuente de Washington Square  
Yo, FRAN SÁNCHEZ - 14/07/2010



**DEPORTES**  
**París se viste de rojo por la selección española**  
Miles de aficionados apoyan a España en la capital de Francia y disfrutan con el triunfo del combinado nacional  
Yo, EDUARDO CUNA - 14/07/2010

**DEPORTES**  
**Pasión por la Roja en Barajas**  
El retraso del vuelo entre Madrid y París hizo posible que los pasajeros vieran la semifinal del Mundial  
Yo, LAURA RIVERA CASARES - 07/07/2010

**MEDIOAMBIENTE**  
**La contaminación del agua de las playas en Torremolinos hace imposible darse un baño**  
Los vecinos denuncian la falta de limpieza y cuidado de la calidad del agua de sus playas  
Yo, CARLOS DE RUEDA - 06/07/2010

**CULTURA**  
**Encuentro de Jóvenes Radioastrónomos Europeos en Alcalá de Henares**  
Al encuentro asisten medio centenar de jóvenes promesas entre los días 5 y 6 de Julio  
Yo, FRANCISCO COLOMER - 05/07/2010

**LO + CURSOSO**  
**La Gran Vía vive el Orgullo Gay 2010**  
La fiesta del Orgullo reunió a miles de personas en las calles de la capital  
Yo, RICARDO CORDERO - 03/07/2010

**A PIE DE CAMPO**  
**España-Paraguay en el Café Marrakech**  
Un entorno diferente para vivir un Mundial que une culturas  
Yo, BORJA ALCÁZAR - 03/07/2010

**DEPORTES**  
**Turistas holandeses festejaron en la costa catalana el paso a semifinales**  
Una marca naranja celebró el triunfo en el paseo marítimo de Lloret de Mar  
Yo, EDGARDO MICHELOUD - 02/07/2010

- \* Medioambiente
- \* Deportes
- \* Tecnología
- \* Sanidad
- \* Vivienda
- \* Fotodenuncia
- \* Marchas ciudadanas
- \* Corrupción
- \* Yo, astrónomo

**MEDIOS ASOCIADOS:**

<b>PRENSA:</b>	<b>RADIO</b>
LeMonde.fr (Francia)	W Radio (México)
Portugal Diario (Portugal)	Careca Radio (Colombia)
Maisfutebol (Portugal)	Radio Continental (Argentina)
La Razón (Bolivia)	<b>TELEVISION:</b>
El Nuevo Día (Bolivia)	TVI (Portugal)
	ATB (Bolivia)

Ayuda | Contacto | Venta de fotos | Publicidad | Aviso legal | eipais.com en tu web | Siteindex | Traductor | RSS

© FICIONES EL PAÍS, S.L. - Miguel Yuste 40 - 28037 Madrid (España)

Otros medios | Asociados

Una empresa de


# ANEXO 5 TESTIGO URBANO CLARÍN

## TESTIGO URBANO



03/06/10

### Cráter en Caballito, peligro para automovilistas



Enviado a Testigo Urbano por Daniel Ángel Romero, del barrio porteño de Caballito.

"Hace una semana parte del asfalto de la intersección de las calles Hualfin con Emilio Mitre se hundió, dejando un cráter que se convirtió en una trampa mortal para automovilistas y peatones distraídos".

"En principio, los vecinos pusieron, a modo de aviso, parte de las ramas que el temporal del día 24 había hecho caer de los antiquísimos árboles de la cuadra. Las mismas fueron retiradas y se fueron reemplazando por cajones vacíos de pollos, cintas de peligro, cajas y, más recientemente, la valla que se ve en la foto".

"A apenas 200 metros se está repavimentando la Av. Rivadavia. ¿No sería conveniente mandar a una cuadrilla a que repare este bache, que ya produjo muchos inconvenientes a los habitantes del edificio de Emilio Mitre 2017?"

Publicado por [testigourbano](#) el 03/06/10 | [Enlace permanente](#) | [Comentarios \(4\)](#)

31/05/10

### ¿Tachuelas para pinchar gomas en la zona sur?

El siguiente texto fue enviado a **Testigo Urbano** por el usuario Claudio Prado.

"Mi queja es que sobre la Avenida Hipólito Irigoyen (ex Pavón), en ambas manos, desde Avellaneda hasta Lomas de Zamora, desconocidos arrojan tachuelas sobre la avenida y (sobre las calles) laterales", expresó.

"Los vecinos de esas localidades estimamos que son las gomerías 24hs, dado que las obras gomerías tienen cerrado los fin de semana y es ahí cuando suelen aparecer. Esto trae muchísimos problemas a todos los automovilistas particulares, remises, motos, que circulan por esa avenida, no solo por el costo de la reparación del neumático sino el tiempo que se pierde, el deterioro del neumático. Mi vehículo tiene 12.400 km. y ya tiene en una sola rueda aproximadamente 25 parches! Ya me queje en la Municipalidad de Lanús, sin tener respuesta aún".

Publicado por [testigourbano](#) el 31/05/10 | [Enlace permanente](#) | [Comentarios \(8\)](#)

#### ¿CÓMO MANDARNOS TU NOTICIA?

Por e-mail, a la casilla [testigourbano@clarin.com](mailto:testigourbano@clarin.com), adjuntando tus fotos, videos, documentos o contádones todo lo que creas importante para que podamos publicar tu noticia.

#### CONSEJOS PARA EL ENVÍO DE NOTICIAS

#### PREGUNTAS FRECUENTES

#### TÉRMINOS Y LEGALES

#### Buscador

Buscar:

#### Mis Etiquetas

[árboles actividades anuncios asfalto basura](#)

#### denuncias miradas problemas de la ciudad robos servicios

#### Últimos Comentarios

[Pablo Ren Cráter en Caballito, peligro para automovilistas](#)

[Emilio en Otra historia con las grúas del tránsito porteño](#)

[Analfo en "Me estafaron con la grúa"](#)

[Ivana en Trámite de pasaporte argentino: queja por las demoras](#)

[JAVIER en "Me estafaron con la grúa"](#)

#### Categorías del blog

actividades

General

#### Archivos

Seleccionar mes

#### Páginas

Contacto

#### Meta

Registrarse

Iniciar sesión

RSS de las entradas

RSS de los comentarios

WordPress.org

SEGUNDO RELATO. Sebastián.



“Para renovar mi registro de conducir en Capital Federal tuve que concurrir a una charla dictada por un representante de una ONG que entre otras cosas nos trató a mí y a las personas que necesitábamos el certificado en ese momento, de ignorantes que no sabemos manejar y hacemos prácticamente sentir culpables y ponernos en ridículo por la cantidad de muertes por accidentes de tránsito que hay en Argentina”.

“También tuve que pasar una prueba de vista, de audición y un test psicológico (por esta último que me dio mal es que me otorgaron la licencia solo por 4 años). El pasado 20 de Abril a las 9 de la mañana cuando fui al CGP N° 13 ubicado en Av. Cabildo 3067 a hacer el trámite de renovación me encuentro con que en toda la cuadra de Av. Cabildo al 3000 había autos mal estacionados, seguramente más de uno de algún empleado de este CGP, y entre otros una camioneta en la que podía leerse claramente que correspondía a este CGP, que además podemos verla todos los días estacionada en el mismo lugar.

Mis preguntas son las siguientes: ¿A esta gente quien le da el registro? ¿Ellos mismos? ¿Concurrieron a esa charla que es obligatoria? ¿El examen de vista les dio bien? Porque parece que no ven que estacionan en una avenida enfrente de un cartel de prohibido estacionar y el cordón pintado de amarillo, además que falta un carril y medio por obras en el subte. Quizás no pasaron el test psicológico (al igual que yo) y le dan el registro a cualquiera. ¿A los vehículos de la municipalidad les hacen multas? ¿Se quitan las multas entre compañeros de trabajo? ¿O será que estas multas también las pagamos los ciudadanos?

Publicado por [testigourbano](#) el 24/05/10 | [Enlace permanente](#) | [Comentarios \(47\)](#)

29/05/10

## **Un reclamo a través del 147, más de tres meses de paciencia**



El siguiente texto fue enviado por Adrián Ramundo, en relación a problemas y falta de respuesta por un trámite iniciado a través del número 147 del gobierno porteño.

**IMPORTANTE.** Los comentarios de los usuarios vertidos en este servicio son exclusiva responsabilidad de éstos así como las consecuencias legales derivadas de su publicación. Los mismos no reflejan las opiniones y/o línea editorial de Clarín Blogs, quien eliminará los comentarios que violen sus [Términos y condiciones](#). [Denunciar contenido](#).

Copyright 1996-2010 Clarin.com - All rights reserved.

# ANEXO 6 REPORTERO CIUDADANO EL UNIVERSAL.MX

www.universal.com.mx | inmuebles | empleos | vehículos | varios
Twitter | Facebook | RSS | Suscribirse por internet o llame al 5237-0800


México D.F., 4 de octubre de 2010 | 2:00 PM

## EL UNIVERSAL.MX

Escribe aquí qué buscas...  
Ejemplo: noticias, personas

Inicio | Aviso Oportuno | Secciones | Minuto a Minuto | Edición Impresa | Opinión | El Universal TV | Negocios | Kiosko | Ve Fútbol | Comunidad | Multimedia | Servicios | [Ayuda](#)

### Continúan robos en la México-Pachuca




Zona Metropolitana | Soy usuario de transporte público de la autopista México-Pachuca y en menos de un mes me he asaltado dos veces, los delincuentes se suben en la parada de San Diego en Toluca, sin importar que haya patrullas municipales, pues ya se han dado cuenta que realmente son de adom.

**ENVIADO POR: IRA** | 11/10/2010

### AYUDÁNOS A ENCONTRARLOS

**CARLOS PALOMARES MALDONADO**



**Sexo:** Masculino  
**Complexión:** Tez: Morena clara  
**Fronte:** Mediana  
**Edad:** 34 años  
**Estatura:** 1.70 Mts.  
**Salida particular:** Ciclista en la caja izquierda y frente

**Tipo y color de ojos:** Marrones, café oscuro  
**Tipo y color de cabello:** Lacio, castaño oscuro

### Sin adecuaciones para usuarios

Zona Metropolitana  
Para poder pasar a la estación del Mexibus en primer de mayo no hay puente peatonal, la base del puente está en el agua...

**ENVIADO POR: ALEJANDRO GARCIA**  
2010-10-11

### No a la gasolinera

Milpa Alta  
El pasado viernes 8 de octubre una empresa constructora convocó a las autoridades y pueblo en general a una cédula foto...

**ENVIADO POR: FERNANDO**  
2010-10-10

### El Mexibus hace más rico al rico y más pobre al pobre

Zona Metropolitana  
El Mexibus es una obra que al final sólo beneficia al gobierno estatal y como siempre afecta la economía de la clase más...

**ENVIADO POR: PABLO**  
2010-10-09

### Inseguridad en Coacalco

**ANAGUANO / Coacalco**  
2010-10-12


### ¿Hasta cuándo?

**OFELIA CASTRO / Venustiano Carranza**  
2010-10-12

Ve más reportes por: Delegaciones: Zona Metropolitana Estados: Estados

#### MAPA DELICTIVO


Ayúdanos a crearlo



EL UNIVERSAL da voz a sus usuarios para denunciar las zonas de mayor peligro en el DF. Súmate a este proyecto colaborativo

#### BACHES Y FUGAS DE AGUA

Reportalos y al



En el número telefónico 072 los capitalinos podrán reportar y denunciar diversas situaciones

Envía su reporte

www.universal.com.mx abrir este espacio para recibir sus reportes. Queremos saberlo que le culpa y lo que lo preocupó, ser parte de su solución. Puede acompañar cada reporte de fotografías o videos.

FOTO: Si su fotografía excede el peso especificado el sistema no le permitirá subirlo. Si su foto es de dimensiones muy pequeñas no se verá bien en el despliegue de 400 X 350 píxeles.

Su nombre:  Email:

Tema:  Su carta es para: Zona Metropolitana

Foto:   Sección: --Elige--

Comentarios:

#### Asaltos en transporte público

Tlalhepanda  
En los camiones y peseros que corren del estado de México hacia Indios Verdes, se ha desatado una ola de asaltos a toda ...

**USUARIO / Reportero ciudadano**  
2010-10-12

#### Enorme fuga de agua

Alvaro Obregón  
Desde ayer hay una fuga de agua impresionante, exactamente en el cruce de las calles Charco Azul y av. Molino de Rosas, ...

**POLYTTA / Reportero ciudadano**  
2010-10-12

#### Antros en FES Aragón

Nezahualcóyotl  
Es triste estar los viernes en la FES Aragón de la UNAM, y ver tantos cantinas al rededor de distraccadas de restaurantes, q ...

**MORSEIRO / Reportero ciudadano**  
2010-10-12

#### Pavimento en Vista Verde

Zona Metropolitana  
Vecinos del traccionamiento Vista Verde en Nicolás Romero, exigimos al edil priista, que proyecte la reprogramación del ...

**NICOLAS GROWBENS / Reportero ciudadano**  
2010-10-12

#### TELÉFONOS DE EMERGENCIAS

<b>066</b> Emergencias: Secretaría de Seguridad Pública	<b>5683-1154</b> Protección Civil
<b>061</b> Emergencias: Procuraduría General de Justicia	<b>5658-1111</b> LOCATEL
<b>065</b> Cruz roja	<b>5654-3210</b> Fugas de agua
<b>068</b> Bomberos	<b>5683-1154</b> Carabaches

#### HoY no circula \*

Lunes	5 y 6	Verificación	Enero y Febrero
Martes	7 y 8		Febrero y Marzo
Miércoles	3 y 4		Marzo y Abril
Jueves	1 y 2		Abril y Mayo
Viernes	0 y 9		Mayo y Junio

\* Limitación sub: foráneo, \* No circule sabatino

#### Alerta Vial

Circulo Bicentenario de la Raza e av. Mierra Nacional con abundante carga vehicular (TVEar 02fontos21.grc)  
TRAZT ZONA ORIENTE  
Activo Pentágono con carga abundante de camión (Inaco)

Reporte completo