

**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
BIBLIOTECA GUSTAVO LEAL**

FECHA DE ENTREGA: 14-03-2012

**AUTORIZACION PARA LA DIFUSIÓN ELECTRONICA DE LOS TRABAJOS DE GRADO Y/O  
TRABAJOS DE ASCENSO DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UCV.**

Yo, Laury Martínez  
\_\_\_\_\_, autor(es) del trabajo: Rediseño del periódico de la Escuela de  
Comunicación Social de la UCV, Tierra de Nadie

Presentado para optar: Licenciatura en Comunicación Social

A través de este medio autorizo a la Escuela de Comunicación Social de la UCV, para que difunda y publique la versión electrónica de este trabajo de grado, a través de los servicios de información que ofrece la Biblioteca Gustavo Leal de la Institución, sólo con fines de docencia e investigación, de acuerdo a lo previsto en la Ley sobre Derecho de Autor, Artículo 18, 23 y 42 (Gaceta Oficial N° 4.638 Extraordinaria, 01-10-1993).

X	Si autorizo
	Autorizo después de 1 año
	No autorizo

Firma(s) autor (es)

Laury Martínez

C.I. N° 12.568839

e-mail: laurymart@gmail.com

En Caracas, a los 14 días del mes de marzo de 2012

**Nota:** En caso de no autorizar: la Escuela de Comunicación Social publicará en sus portales la referencia bibliográfica, tabla de contenido (índice) y un resumen descriptivo elaborado por la Biblioteca Gustavo Leal, sus palabras claves y se indicará que el autor decidió no autorizar el acceso al documento a texto completo.

La cesión de derechos de difusión electrónica, no es cesión de los derechos de autor, porque este es intransferible.

Título del Producto o Propuesta: Periódico Tierra de Nadie ...tierra de todos



República Bolivariana de Venezuela  
Universidad Central de Venezuela  
Facultad de Humanidades y Educación  
Escuela de Comunicación Social

Rediseño del periódico de la Escuela de Comunicación Social  
de la UCV, *Tierra de Nadie*  
Producto Profesional – Publicación Impresa

Trabajo presentado como requisito para optar al título de  
Licenciada en Comunicación Social  
Autora: Bachiller Martínez Tovar, Laury Elizabeth  
Tutor: Prof. Alejandro Terenzani  
CARACAS, NOVIEMBRE 2011

## **DEDICATORIA**

**Dedico esta tesis a todos aquellos que tienen  
una meta y desean cumplirla.**

**Que este trabajo les sirva de inspiración  
para recordar que con disciplina, perseverancia y ganas  
de hacer las cosas bien se puede lograr  
todo lo propuesto en la vida.**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Dios, por bendecir mis luchas.**

**A mis padres, por darme la vida y las herramientas para labrar mi destino.**

**A mi familia, por ser parte de mi vida.**

**A José Manuel, mi compañero fiel y testigo de mi crecimiento.**

**A la Sra. Emma Gómez, testigo de mis desvelos, por su apoyo incondicional.**

**A mi profesor Alejandro Terenzani, quien aceptó ser tutor de este proyecto para hacerlo realidad.**

**A todos los estudiantes, profesores, personal administrativo y obrero de la Escuela de Comunicación Social, por compartir conmigo este camino de formación profesional y ayudarme en todo cuanto necesité.**

**A todos los que colaboraron en la realización de este proyecto, contestando con paciencia las encuestas, concediéndome las entrevistas que les solicitaba y brindándome el consejo oportuno para que lograra con éxito lo propuesto.**

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Rediseño del periódico de la Escuela de Comunicación Social

de la UCV, *Tierra de Nadie*

Producto Profesional – Publicación Impresa

Autora: Bachiller Laury Martínez

Tutor: Prof. Alejandro Terenzani

Fecha: Noviembre 2011-11-14

## **RESUMEN**

En este trabajo de grado se plantea, generar una propuesta de rediseño del periódico de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, *Tierra de Nadie*, como un instrumento eficaz de comunicación, que divulgue información de interés en la población joven de la UCV. Para ello, se realizó una investigación documental; recopilación de opiniones de expertos; un estudio morfológico y de contenido; encuestas a la población de la ECS-UCV; que revelaron ciertas debilidades en el diseño y contenido del periódico, lo cual advirtió la necesidad de su rediseño. Se desarrolló entonces, una propuesta de rediseño donde los elementos del periódico fueron colocados de manera armónica, que comunicaran y apoyaran a las informaciones pertinentes a la universidad, de interés para la población estudiantil Ucevista y que sirviera de vínculo entre los actores que hacen vida en la ECS-UCV.

Palabras Claves: periódico, morfología, contenido, información, opinión, percepción, rediseño, línea editorial, personalidad gráfica, formato, UCV, ECS, estudiantes, profesores, comunidad Ucevista.

## **SUMMARY**

In this degree thesis arise, generate a proposal to redesign the newspaper of the School of Communication at the UCV, *Tierra de Nadie*, as an effective tool of communication to disseminate information of interest in the young population of the UCV. To this end, desk research was conducted, gathering expert opinions, a morphologic and content, surveys the population of the ECS-UCV, which revealed certain weaknesses in the design and content of the newspaper, which noted the need redesign. Then developed a proposed redesign of the newspaper where the elements were placed in harmony, to communicate and support of relevant information to the university, of interest to the student population Ucevista and serve as a link between the actors that make life in ECS-UCV.

Keywords: newspaper, morphology, content, information, opinion, perception, redesign, editorial, personality graphical format, UCV, ECS, students, teachers, community Ucevista.

## **INDICE GENERAL**

	Págs.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	12
<b>CAPÍTULO I</b>	16
<b>PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	16
1.1 Planteamiento del Problema	16
1.2 Formulación del problema	17
1.3 Justificación de la investigación	17
1.4 Objetivos	19
<b>CAPITULO II</b>	19
<b>ANTECEDENTES</b>	19
2.1. Referencia espacio temporal	19
2.2 Antecedentes de la investigación	37
<b>CAPITULO III</b>	40
<b>BASES TEÓRICAS</b>	40
3.1 Evolución del periódico	40
3.2 Historia del periodismo	42
3. 3 Definición de periódico	59
3.4 Características del periódico	60

3.5 El Diseño gráfico en la composición de un periódico	60
3.6 Conceptualización del Diseño gráfico del periódico	61
3.7 El diseño editorial, diseño de periódicos	62
3.8. Elementos del diseño periódicos	63
3.9 El diseño gráfico y sus orígenes	64
3.10 Confección de un periódico	69
3.11 Producción gráfica del periódico	78
3.12 La Impresión del periódico	83
3.13 Diseño y confección de periódicos en Venezuela	85
3.14 El formato tabloide	87
3.15 Algunos periódicos tabloides venezolanos	89
3.16 El Periódico Universitario	90
3.17 Inicios de la construcción de la información	108
3.18 La objetividad como premisa	109
3.19 Proceso de producción del discurso periodístico en el diario	111
3.20 El manual de estilo	112
3.21 Los géneros periodísticos	112
3.22 Importancia de la construcción de titulares en el discurso periodístico	120
3.23 Consideraciones finales de la construcción discursiva de los periódicos	121
3.24 El rediseño de periódicos	123

3.25 Gerencia y administración de los medios impresos: Organización periodística	136
3.26 La empresa periodística, un trabajo de equipo	137
3.27 La percepción y el consumo de la información	141
3.28 La importancia de establecer una identidad	142
<b>CAPITULO IV</b>	144
<b>BASES LEGALES</b>	144
4.1 La libertad de expresión	144
4.2 La libertad de prensa	147
4.3 Derecho a la información	150
4.4 Código de ética del ejercicio periodístico	151
4.5 Ley del ejercicio periodístico	154
4.6. Ley de Universidades	156
4.7 Ley de Depósito legal de una publicación	162
4.8 Ley sobre el Derecho de Autor	163
<b>CAPÍTULO V</b>	165
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	165
5.1. Especificaciones de la Investigación	165
5.2 Estrategia utilizada o diseño de la investigación	166
5.3 Las variables	167
5.4 Caracterización del Universo – Población – Muestra	170

5.5 Técnicas y herramientas de Recolección	173
5.6 Técnicas y herramientas de procesamiento y análisis de datos.	176
5.7 Técnicas y herramientas: Presentación	178
5.8 Validez y confiabilidad	178
5.9 Limitaciones	179
5.10 Alcances	180
5.11 Aspectos administrativos	181
5.12 Fases de la Investigación	181
<b>CAPITULO VI</b>	184
<b>ESTUDIO MORFOLÓGICO Y DE CONTENIDO DEL PERIÓDICO TIERRA DE NADIE</b>	184
6.1 Estudio morfológico	184
6.2 Estudio de contenido	189
<b>CAPITULO VII</b>	192
<b>RESULTADOS OBTENIDOS EN LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS Y DE LA REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS</b>	192
7.1 Análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a la población de la ECS-UCV	192
7.2 Consideraciones que arrojaron las entrevistas realizadas	197
<b>CAPÍTULO VIII</b>	199
<b>PROPUESTA DE REDISEÑO DEL PERIÓDICO TIERRA DE NADIE</b>	199
8.1 Línea Editorial	199

8.2 Nuevo concepto	200
8.3 Las fuentes	200
8.4 La personalidad del periódico	200
8.5 Target o público objetivo	201
8.6 ¿Qué define al periódico Tierra de Nadie?	201
9.7 Secciones del periódico	202
9.8 Visión publicitaria	204
9.9 Características morfológicas del rediseño	205
<b>CONCLUSIÓN</b>	243
<b>FUENTES BIBLIOGRÁFICAS</b>	248
<b>ANEXOS</b>	262

## INTRODUCCIÓN

Si bien en los comienzos del periodismo, este se ejercía de manera empírica, en la actualidad se ha alcanzado un alto nivel de profesionalismo, esto se debe en buena parte a la existencia de las Escuelas de Comunicación Social, que forman los futuros comunicadores con las herramientas que le ayudarán alcanzar el éxito en la vida profesional. De esta manera, al mismo tiempo que surgen las Escuelas de Comunicación Social nace la inquietud por parte de sus estudiantes por crear medios cercanos a la universidad, que satisfagan las necesidades de información de la comunidad universitaria, y les permita expresar sus puntos de vista y vivencias de la cotidianidad. Por ello, en todo el mundo existen universidades que albergan un buen número de periódicos realizados por sus estudiantes, y la Universidad Central de Venezuela (UCV) no podía ser la excepción.

En la UCV se constituyó un periódico de corte juvenil, para el sector más grande y significativo del recinto universitario, los estudiantes Ucevistas; y se le llamó Tierra de Nadie. Un nombre de gran alcance para la población universitaria, porque evoca al espacio que se encuentra en la UCV, cerca del emblemático reloj; una zona de amplias áreas verdes, que da la bienvenida a todos los estudiantes que en sus espacios quieran conversar, compartir, estudiar, practicar artes circenses, en fin, actividades propias de una juventud efervescente que hace vida en la UCV. El periódico universitario Tierra de Nadie en sus inicios (2006), caminó de la mano de las autoridades universitarias, a través de la Dirección de Información de la UCV, quien ideó el concepto y la personalidad gráfica de la publicación, que como lo expresa su Directora Maribel Dam (2011): “era una deuda que nosotros teníamos y que tenemos con el público joven de la universidad, que es el público más grande, que son los estudiantes,...La publicación Tierra de Nadie era una manera de que los estudiantes conocieran todo lo que les ofrece la universidad y pudieran aprovecharla,

utilizar los servicios y vincularse también con las cosas que están pasando a su alrededor”.

Luego el reto de seguir llevando adelante esta publicación le fue encomendado a los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social (ECS) de la UCV, quienes hasta el año 2009 mantuvieron este periódico circulando por los espacios de la universidad, permitiendo la participación de los estudiantes en la producción del periódico, y constituyéndose en herramienta fundamental para el proceso de aprendizaje de los estudiantes, al permitirles poner en práctica el cúmulo de conocimientos que se adquiere durante la carrera. Pero, durante esos años, el periódico pasó por varias modificaciones en su estructura, línea informativa, equipo de trabajo, entre otros. Ya han pasado dos años desde que el periódico Tierra de Nadie publicó su última edición, dejando un vacío en la comunidad estudiantil. Por lo cual, no se hicieron esperar las interrogantes sobre la publicación, las razones de su ausencia y el por qué los Ucevistas ignoraban o no reconocían su existencia.

Es así como la necesidad de un medio que de a conocer la producción periodística y audiovisual, de estudiantes y profesores; y por el cual dar a conocer sus problemas, necesidades y proyectos; desembocó en la siguiente pregunta: ¿Con un proceso de rediseño, se podría hacer más atractivo el diseño gráfico y el contenido actual del periódico Tierra de Nadie, producido por la ESC-UCV? Para responder a esta interrogante se planteó entonces como principal objetivo para este trabajo de investigación: “Generar una propuesta de rediseño del periódico de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, Tierra de Nadie, para que la publicación sea un instrumento eficaz de comunicación, que divulgue información de interés y sirva de vínculo entre los actores que hacen vida en la escuela”. Cumplir con este objetivo conlleva entonces, a una serie de pasos que deben cumplirse para generar una propuesta exitosa, según han señalados varios expertos en diagramación de publicaciones impresas, como Mario García, uno de los principales expertos en el rediseño de diarios; Elsy Torres, Coordinadora de Diagramación del periódico

deportivo Líder; y Simón Rodríguez, diagramador del periódico Hora Universitaria de la UCV, cuyos aportes han sido de gran importancia para el presente proyecto de investigación. Los expertos indicaron que debía analizarse la publicación a ser sometida al rediseño, conocer la opinión de su lectoría y posteriormente generar la propuesta de rediseño, siguiendo las reglas básicas de diagramación y respetando las necesidades del público al cual va dirigida.

De esta manera, para lograr los objetivos trazados, como paso inicial se consideró importante plasmar en el primer capítulo de este trabajo, la problemática existente en torno a la publicación Tierra de Nadie; así como la justificación de este trabajo de investigación; y los objetivos generales y específicos, sobre los cuales se trabajó para realizar la propuesta editorial y gráfica del periódico. Por otro lado, en el segundo capítulo se presentan los antecedentes del trabajo de investigación realizado, en lo que se refiere al país, a la UCV, y a la ECS, para entender la génesis de esta publicación y la influencia que el contexto ha tenido en ella. Pero además, se adicionaron los antecedentes en cuanto a los autores que han escrito sobre el tema de rediseño de medios impresos.

En el tercer capítulo se muestran las bases teóricas que encierran el periodismo, que ayudan a comprender el nivel de compromiso que conlleva un medio que tiene mucho tiempo al servicio de la humanidad y que en el caso que ocupa a este trabajo, se pone al servicio de los estudiantes. Ya en el capítulo cuarto, se indican las bases legales que implica la producción de un periódico universitario, normas, leyes y reglamentos que son observados y practicados por los medios tradicionales, pero que también deben ser asumidos por los estudiantes que producirán el periódico, para obtener mayor experiencia en estos aspectos.

Posteriormente, se ofrece el capítulo quinto, donde se exponen las especificaciones metodológicas de la investigación realizada como, tipo de investigación, nivel de conocimiento, el diseño de la investigación, variables

implicadas, universo, población y muestra, técnicas y herramientas de recolección, técnicas y herramientas de procesamiento y análisis de datos, técnicas y herramientas de presentación, validez y confiabilidad, las limitaciones, alcances, materiales y las fases de la investigación. Seguido de esto, en el capítulo sexto, se presenta un estudio morfológico y de contenido de la publicación objeto de este estudio, con el fin de determinar las principales características en su estructura, identidad gráfica y línea editorial del periódico.

Aparte en el séptimo capítulo, se muestran los resultados del instrumento aplicado a una población de 100 personas, que forman parte de la población que hace vida en la Escuela de Comunicación Social de la UCV, de diversas edades, y sexo; para conocer su opinión sobre el periódico Tierra de Nadie. Además, se exponen las contribuciones de los entrevistados, quienes ofrecieron su opinión en cuanto a diseño y contenido, del periódico y compartieron ideas para lo que podría ser el rediseño del mismo. Finalmente, en el octavo capítulo, se revela la propuesta de diseño resultante del proceso de estudio y rediseño al cual fue sometida la publicación; un rediseño que implicó cambios en su personalidad gráfica, y en la forma en la cual eran abordadas las informaciones que en él se plasmaban.

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Planteamiento del Problema

La Escuela de Comunicación Social (ECS) de la Universidad Central de Venezuela (UCV), es la cuna de profesionales de primera línea en el área comunicacional, y hoy en día la formación de los estudiantes de la ECS se plantea como integral. Por ello, debe dominar las diferentes áreas del quehacer comunicacional y estar al tanto de la realidad existente en su escuela, en su universidad y en su país. Como respuesta a las inquietudes por comenzar a obtener destrezas en el área profesional del periodismo, un grupo de estudiantes de la ECS, a partir del año 2009, tomaron la iniciativa de producir el periódico Tierra de Nadie, el cual tiene que competir por su audiencia, con otros periódicos que hacen vida dentro del campus universitario.

En la actualidad por parte de la comunidad de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, ha surgido la necesidad de dar a conocer la producción periodística y audiovisual, de estudiantes y profesores. De igual manera, se manifiesta el requerimiento de un medio por el cual dar a conocer sus problemas, necesidades y proyectos. Sin embargo, estas carencias, según opiniones de la población que hace vida en la Escuela, no han sido cubiertas en su totalidad, a pesar de los esfuerzos realizados, por la publicación Tierra de Nadie, producida por la ECS-UCV. Esta situación ha generado la pérdida de lectoría y el no reconocimiento de la existencia de un periódico producido por la ECS para su comunidad.

Por lo tanto, se requiere subsanar la pérdida de número de lectores del periódico de la ECS “Tierra de Nadie”, y posicionarlo como un medio de difusión

eficaz, de información valiosa para los públicos a los cuales está dirigido. Que refleje esa búsqueda de la integración entre los distintos actores que hacen vida en el campus; y de la profundización de unos valores propios de la población estudiantil universitaria. Se necesita además, que este esfuerzo no se pierda en el tiempo, y que pueda mantener una continuidad que lo haga una referencia documental de la producción periodística de la ECS-UCV y de la realidad que la envuelve.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Se podría hacer más atractiva la presentación y el contenido del periódico Tierra de Nadie?

## **1.3 Justificación de la investigación**

Los medios juegan un papel primordial en la dinámica comunicacional de los cambios que se generan en las sociedades, monitorean lo que pasa y lo muestran a la sociedad, que se reconoce en ellos. Por ello, es de suma importancia un medio de comunicación masivo en las comunidades, como vínculo entre sus diferentes actores y de estos con el medio que los rodean. En especial en las comunidades universitarias donde existe la congregación de infinidad de individualidades dentro de su población (estudiantes, profesores, personal administrativo y obrero, autoridades, visitantes, entre muchos otros), los periódicos universitarios desempeñan un papel importante en la transmisión de la información desde la visión crítica del estudiante, que desea darle cabida a un discurso que, aunque pueda ser tomado como irreverente, toque y muestre la realidad que lo circunda, de manera muy diferente a como lo haría un periódico tradicional o institucional.

Por lo anteriormente expuesto es consecuente afirmar la importancia que tiene un periódico universitario en la Escuela de Comunicación Social de la UCV, para satisfacer las necesidades informativas de la comunidad de personas que hacen

vida en ella. De allí, la razón de la existencia del periódico universitario Tierra de Nadie, realizado por los estudiantes de esta escuela. Sin embargo, uno de los retos que debe salvar esta publicación para que la información presente en el periódico sea leída por su público objetivo, es que debe tener un contenido informativo excelente, y además, tiene que ser presentado de forma llamativa, organizada y coherente. En caso contrario las noticias y demás contenidos allí expuestos no serán leídos, ni tomados en cuenta.

Por tanto, para atraer mayor atención de los lectores hacia este periódico, debe recurrirse a un análisis exhaustivo de la publicación, que permita evaluarla, para luego aplicar las teorías de diagramación, diseño, marketing y de relaciones públicas, que son propias de los medios impresos tradicionales, pero que pueden ser adaptadas a esta propuesta comunicacional del tipo impreso universitario, para alcanzar la satisfacción de las necesidades informativas de una comunidad como la de la ECS y la Universidad Central de Venezuela.

Así mismo, la producción del periódico Tierra de Nadie, deja ver la importancia que tiene para la ECS-UCV de que sus estudiantes generen curiosidad, vena investigativa y conciencia crítica, que luego se reflejará en el éxito de ellos, en su formación, y generará el desarrollo de la buena comunicación en la sociedad en la cual están inmersos. Y, una manera de lograrlo con eficacia, es por medio de los primeros pasos de los estudiantes en el ejercicio de la profesión, a través de la confección de este periódico que sometido a un proceso de rediseño, pueda convertirse en un laboratorio de periodismo, para la aplicación de los conocimientos que se adquieren durante los estudios de pregrado.

De esta manera, la meta es promover la capacitación del estudiante en las diferentes áreas que implica la realización de un periódico universitario, e integrar a los alumnos y los profesores, para darle continuidad a esta publicación; que gracias a las generaciones de relevo, pueda permanecer en el tiempo y el espacio universitario,

asumiendo nuevos retos, a la vanguardia de las tecnologías, como una fuente de consulta y espejo de la realidad universitaria.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Generar una propuesta de rediseño del actual periódico de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, *Tierra de Nadie*, para que la publicación sea un instrumento eficaz de comunicación, que divulgue información de interés y sirva de vínculo entre los actores que hacen vida en la escuela.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

1. Analizar el contenido del periódico de la ECS, *Tierra de Nadie*, para determinar los aspectos que se necesitan modificar y/o fortalecer.
2. Estudiar la morfología del periódico de la ECS, *Tierra de Nadie*, para establecer los aspectos que se necesitan modificar y/o fortalecer.
3. Evaluar la opinión que tiene la población de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, sobre el periódico *Tierra de Nadie*, identificando los gustos, necesidades y preferencias de estudiantes y profesores, sobre una publicación de la ECS-UCV.
4. Proponer el rediseño de la publicación, acorde con la actualidad, que permita posicionar la publicación en el público al cual está dirigido.

## **CAPITULO II**

### **ANTECEDENTES**

#### **2.1 Referencia espacio temporal**

Esta investigación sobre el periódico universitario “Tierra de Nadie” producido por alumnos de la Escuela de Comunicación Social, se realiza en Venezuela, en la Universidad Central de Venezuela, ubicada en Caracas, en el año 2011. Dentro del contexto espacio temporal de este trabajo de investigación, debe considerarse los antecedentes que se refieren al país, a la UCV, y a la ECS, para entender la génesis de esta publicación y la influencia que el contexto ha tenido en ella.

##### **2.1.1 Situación país**

El presidente de Venezuela durante el desarrollo de este trabajo de investigación, es Hugo Rafael Chávez Frías, quien va por su tercer período consecutivo de gobierno (1999-2001, 2001-2007, 2007 hasta 2013). su gestión se ha caracterizado por el desarrollo de un modelo económico basado en el socialismo, sin dar detalles, para abatir la pobreza. Al revisar la prensa nacional se encuentran declaraciones donde ha señalado que espera gobernar hasta el año 2021 o más tiempo, para acabar con la pobreza. Entre los logros que abandera el actual gobierno, es el mayor acceso a la salud, disminución de la pobreza y del analfabetismo. Mientras, el sector de la oposición resalta la ineficiencia en la resolución de los problemas económicos del país, un sistema hospitalario cada vez más débil, aumento de los índices de violencia. Así, los medios de comunicación venezolanos no alineados con el gobierno, han reseñado numerosas denuncias de violación de los derechos humanos, debilitamiento del sector empresarial del país, aumento de la

corrupción, y ataques constantes a los medios de comunicación. Estas afirmaciones a su vez han sido rebatidas por el mismo gobierno.

Durante los últimos años se han realizado discusiones sobre nuevas normativas que regulen los medios de comunicación en Venezuela. Una muestra de ello, fue cuando la Asamblea Nacional venezolana aprobó en el 2010, una reforma de ley que regula los contenidos en los medios de prensa e Internet <sup>1</sup>. De igual manera la relación entre el gobierno y la población estudiantil universitaria ha tenido varios puntos de tirantes, que han pasado desde marchas masivas, huelgas de hambre, como expresión de protesta por el respeto de las libertades contemplados en la constitución, así como, por con el problema presupuestario que dificulta el funcionamiento de las universidades<sup>2</sup>. Así pues, la relación gobierno-universidad actualmente está en su punto álgido, se han dado pronunciamientos por parte del Presidente de la República, señalando a los estudiantes como marionetas del imperio, y los ha amenazado con darles gas del bueno<sup>3</sup>.

### **2.1.2 La Universidad Central de Venezuela**

Según el Dr. Alberto Navas, en su obra “Una aproximación a la historia de la fundación de la Facultad de Humanidades y Educación en la Universidad Central de Venezuela”<sup>4</sup>, los orígenes de la universidad se remonta al año 1718, cuando el Obispo de Caracas Juan José Escalona y Calatayud logra emprender el camino definitivo para la creación de la Universidad sobre la base del antiguo Colegio

---

<sup>1</sup> Reforma Ley Resorte – Publicado en el diario El Universal en su sección Espacio Público Recuperado el 07 de septiembre del 2011. <http://static.eluniversal.com/2010/11/25/ReformaLeyResorte.pdf>

<sup>2</sup> <http://noticias.eluniversal.com/2011/03/10/estudiantes-protestan-por-mejoras-en-presupuesto-universitario.shtml>

<sup>3</sup> PM dispersó a opositores con perdigones y "gas del bueno" Publicado en el diario El Universal (2 de mayo del 2009) Recuperado el 07 de septiembre del 2011 de, [http://www.eluniversal.com/2009/05/02/pol\\_art\\_pm-disperso-a-oposit\\_1371563.shtml](http://www.eluniversal.com/2009/05/02/pol_art_pm-disperso-a-oposit_1371563.shtml)

<sup>4</sup> Dr. Alberto Navas, Una aproximación a la historia de la fundación de la Facultad de Humanidades y Educación en la Universidad Central de Venezuela 1946. p-p, 11-13

Seminario de Santa Rosa de Lima, luego sería nombrada la Real Universidad de Caracas, y al incorporársele el carácter de Pontificia en el año 1722, pasará a ser oficialmente la Universidad Real y Pontificia de Caracas. Los estatutos coloniales de la Universidad de Caracas entraron en vigencia en 1727 y fueron parcialmente modificados por disposición real de 1784, en tiempos de Carlos III, cuando se autorizó al Claustro para elegir al Rector.

La Universidad de Caracas, en adelante, Universidad Central de Venezuela, participó activamente en las luchas emancipadoras, pero no fue sino hasta 1827, cuando se le otorgó a la Universidad Central sus primeros Estatutos Republicanos. Se abrió a estudiantes de todos los sectores étnico-sociales, flexibilizó su estructura y autonomía y le fueron otorgados recursos económicos para garantizar su funcionamiento. Entre los años 1843, 1870 y 1880, la Universidad avanzó hacia la incremento de sus Cátedras y Facultades. Sin embargo, la autonomía estuvo en muchas ocasiones comprometida por daños al patrimonio universitario e intervenciones en la toma de decisiones por entes gubernamentales. Desde 1856 la sede de la Universidad Central de Venezuela fue trasladada desde su edificio original (hoy Palacio Municipal) hasta el edificio del antiguo Convento de San Francisco (hoy Palacio de las Academias), permaneciendo allí hasta 1953, cuando comenzó a ser mudada a la moderna sede de la Ciudad Universitaria de Caracas en los Chaguaramos, diseñada por Carlos Raúl Villanueva<sup>5</sup>.

El modelo profesional de Universidad se afirma en Venezuela desde el último cuarto del siglo XIX, junto al positivismo y el evolucionismo. Sin embargo, desde 1899 hasta 1935 el ambiente político nacional no fue favorable, debido a las dictaduras de los generales Cipriano Castro y Juan V. Gómez, que a pesar de los movimientos estudiantiles de resistencia (Generación del 28), sometieron al país al silencio y al aislamiento, limitando el desarrollo de las instituciones en el país. Hacia

---

<sup>5</sup> <http://www.ucv.ve/sobre-la-ucv/resena-historica.html>

1941 se iniciaron los primeros estudios Postgrado moderno en Venezuela, fueron creadas y desarrolladas las Facultades de Farmacia, Odontología, Agronomía, Veterinaria, Economía, Arquitectura, Ciencias. Las Facultades de Ciencias Jurídicas y Políticas, Ingeniería y Medicina, se modernizaron en sus niveles de pre y postgrado, se desarrollaron Institutos de Investigación. Luego del derrocamiento de la dictadura del Gral. Pérez Jiménez, en 1958, la UCV entra en un proceso de restauración con la creación de nuevos organismos como el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH), el Centro para el Estudio del Desarrollo (CENDES), los Estudios Universitarios Supervisados, la Organización de Bienestar Estudiantil (OBE), etc. Todos estos cambios vinieron de la mano del aumento de la matrícula estudiantil, del cuerpo profesoral y del aparato administrativo; de un déficit presupuestario; la vigencia de la Ley de Universidades de 1958; la creación de nuevas Facultades, Escuelas y carreras profesionales<sup>6</sup>.

En el año 2000 la UNESCO declaró a la Ciudad Universitaria, sede de la UCV, "Patrimonio Mundial de la Humanidad"<sup>7</sup>. Sin embargo en la actualidad, enfrenta graves problemas de presupuesto, de organización y una crisis en el sistema de educación superior. La actual distribución de secciones y departamentos que posee la Universidad Central de Venezuela puede resumirse en un Consejo Universitario, Rectora, Vicerrectorado académico, Vicerrectorado administrativo, Secretaria General y Facultades<sup>8</sup>. Para visualizar con mayor detalle el organigrama ir al anexo 1 al final de este trabajo.

---

<sup>6</sup> Materiales para la Historia de la Escuela de Comunicación Social-UCV 1946-1986. ECS-UCV. Caracas. 1987

<sup>7</sup> <http://www.ucv.ve/sobre-la-ucv/resena-historica.html>

<sup>8</sup> <http://www.ucv.ve/sobre-la-ucv/resena-historica.html>

### 2.1.3 La FHE y la ECS<sup>9</sup>

De acuerdo a los datos suministrados por la Revista Extramuros<sup>10</sup>, en 1946 se creó la Facultad de Filosofía y Letras, nombre que originalmente utilizaron los fundadores de la Facultad de Humanidades y Educación. Contó inicialmente con la sección de Filosofía y en el año escolar 1947/1948 comenzaron sus actividades las secciones de Letras, Historia, Periodismo (en octubre de 1946) y Bibliotecología como carreras técnicas. En 1949 es creado el Instituto de Psicología y Orientación Vocacional. En 1953 es creada la Escuela de Educación y la Facultad adquiere la denominación de Humanidades y Educación. En 1956 son creadas las Escuelas de Psicología y Geografía y la sección de Archivo que conformaría, junto con Bibliotecología en 1962, la Escuela de Bibliotecología y Archivología. En 1972 es creada la Escuela de Idiomas Modernos y en 1978 la Escuela de Artes.

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela fue creada como Escuela Nacional de Periodismo en 1946, por Decreto de la Junta Revolucionaria de Gobierno N° 421 y comenzó a funcionar el 24 de octubre de 1947, con un curso de 2 años. En esa época el Presidente de la Junta Revolucionaria de Gobierno era Rómulo Betancourt y el Director de la Escuela de Comunicación Social era el Profesor Miguel Acosta Saignes. La primera promoción estuvo integrada exclusivamente por profesionales que ya trabajaban en los medios de comunicación, y esto fue en 1949. La promoción se llamó “Leoncio Martínez” y se graduaron 52 profesionales. A partir de 1950 se abrió un curso de 3 años, con exigencia de título de bachiller. Posteriormente la escuela fue cerrada durante la dictadura del general

---

<sup>9</sup> Mendible, Alejandro. 60 años de la Escuela de Comunicación Social. Escuela de Comunicación Social (FHE-UCV). Caracas, Venezuela. Recuperado de [http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-74802006000200006&lng=es&nrm=is](http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-74802006000200006&lng=es&nrm=is)

<sup>10</sup> Revista Extramuros Fondo Editorial de Humanidades y Educación Facultad de Humanidades y Educación Universidad Central de Venezuela N° 25, Octubre 2006, Nueva Serie.

Marcos Pérez Jiménez y se reabrió como departamento de la Facultad de Filosofía y Letras<sup>11</sup>.

Según datos suministrados en la página web de la ECS-UCV<sup>12</sup>, en el año 1954, por medio de un acuerdo del Consejo Académico de la Universidad Central, los estudios de periodismo quedan incorporados a la Facultad de Humanidades y Educación como una nueva sección de la misma. Sin embargo para el próximo año académico le devolvieron a la Sección la categoría de Escuela de Periodismo. Hacia el año 1955 la Escuela fue reorganizada y funcionó sin mayores modificaciones con un pensum de 4 años hasta 1970. En esa fecha la Escuela cambió de nombre a Escuela de Comunicación social y se aprobó un plan curricular de 5 años, cuya particularidad fue abrir 4 menciones (Periodismo impreso, Medios audiovisuales, Publicidad y Relaciones públicas), a cursar en los últimos 4 semestres de la carrera. Las menciones eran: periodismo impreso, comunicación audiovisual y relaciones públicas y publicidad. Este plan fue modificado en 1978, y se establecieron 4 menciones; y a partir de 1987 se puso en práctica el nuevo plan de estudios, que aún sigue vigente, sin menciones<sup>13</sup>. En el año 1996<sup>14</sup> y en el 2009, se considero la revisión del pensum para su modificación, el cual continúa en curso<sup>15</sup>.

En la actualidad, los estudios de Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela se desarrollan de acuerdo a la modalidad de semestres, prelación y créditos y pueden cursarse tanto en el turno diurno, como en el nocturno. Y aún cuando las menciones en la Escuela de Comunicación Social ya no

---

<sup>11</sup> Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social – UCV. 1946-1986, p, 11

<sup>12</sup>[http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=91&Itemid=71](http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/index.php?option=com_content&view=article&id=91&Itemid=71)

<sup>13</sup> Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social – UCV. 1946-1986.

<sup>14</sup> Propuesta del licenciado Adolfo Herrera titulada: Actualización curricular de la Escuela de Comunicación Social, formulada el 8 de abril de 1996.

<sup>15</sup> Latouche, Miguel Ángel: Cambio de Pensum. Artículo del 15 de abril de 2009. Recuperado del link: <http://proyectoacademicoeucsucv.blogspot.com/>

existen, un egresado de esta institución académica puede abrirse camino por su formación en cualquiera de los campos de la Comunicación Social.

La carrera universitaria de Comunicación Social es hoy la segunda escuela en población de la Facultad de Humanidades y Educación<sup>16</sup>, su importancia radica en la apertura de las comunicaciones y los avances científicos-tecnológicos, lo que conlleva a los crecientes cambios que se experimentan en la actualidad en el área de las tecno-comunicaciones. Y para alcanzar estas mejoras la ECS-UCV cuenta con el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) que es un organismo interdisciplinario, con la vocación de orientar la investigación de los fenómenos de la comunicación con criterios científicos integrales, tanto en lo concerniente a las manifestaciones reales como en los distintos enfoques teóricos - metodológicos<sup>17</sup>.

En cuanto al perfil del egresado de la Escuela de Comunicación Social, este debe ser un profesional comprometido con los valores de la democracia, la defensa y promoción de los Derechos Humanos, en especial los relativos a la libertad de información y expresión y, la defensa de la identidad y la soberanía nacional. Es un profesional provisto de una sólida formación cultural y técnica de carácter integral que le permite intervenir y apoyar los procesos de desarrollo político, social, cultural y comunicacional de un país. Igualmente, debe estar capacitado en el uso adecuado del idioma y en la comprensión de la lógica de funcionamiento de los medios de comunicación social<sup>18</sup>.

Existe dentro de la organización de la ECS-UCV, la Fundación de Amigos de la Escuela (FUNDESCOM), para hacer frente a problemas presupuestarios, fue fundada en el año 1984, por el Director de Escuela, Eleazar Días Rangel, quien

---

<sup>16</sup> Reseña histórica. Recuperado del enlace: <http://www.ucv.ve/en/organizacion/facultades/facultad-de-humanidades-y-educacion/escuelas/comunicacion-social/acerca-de-la-escuela/resena-historica.html>

<sup>17</sup> Informe de actividades del ININCO correspondiente al año 1997.

<sup>18</sup> [http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=129&Itemid=106](http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=106)

planteó la difícil situación económica de la UCV y así la de la Escuela de Comunicación Social. De esta forma esta Fundación reúne a profesores y egresados de la escuela en una asociación civil, en 1985. Esta asociación tiene como objetivo colaborar con el financiamiento, mejoramiento y desarrollo de los estudios de Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela<sup>19</sup>.

Por la dirección de la ECS-UCV han pasado destacados profesionales, entre ellos: Héctor Mújica (1958-1964), Joaquín Gabaldon Márquez (1964-1965), Luís Aníbal Gómez (1966-1969) y nuevamente Héctor Mújica (1969-1970), Mercedes Llovera de Tinoco (1971), Manuel Isidro Molina (1972-1975), Federico Álvarez (1975-1978), Pedro Espinoza Troconis (1978-1981), Juan Pérez Ávila (1981-1984), Eleazar Díaz Rangel (1984-1987), Marcelino Bisbal (1987-1990), Federico Santana (1990-1991), Guillermo López (1991-1994), Adolfo Herrera (1994-1996), Enrique Castejón (1996-1999), Asalia Venegas (1999-2002) – (2002-2005), Adolfo Herrera (2005-2008) y Miguel Ángel Latouche (2008-2011) quienes velaron siempre por la preservación y el mejoramiento de la institución<sup>20</sup>.

#### **2.1.4 Las relaciones de la ECS**

La Escuela de Comunicación Social se relaciona con diferentes organizaciones dentro y fuera de la universidad. Su conocimiento es importante para tomar conciencia de que la ECS-UCV no está aislada del entorno y que sus estudiantes tienen múltiples posibilidades de comunicación con el mismo. Este punto es primordial para determinar el alcance que puede llegar a tener una publicación de corte estudiantil universitario producido por los estudiantes de la ECS-UCV.

---

<sup>19</sup> Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social – UCV. 1946-1986 e Información obtenida del trabajo realizado por la profesora Moraima Guanipa “Materiales Seminario 60 años ECS”.

<sup>20</sup> Alexandra Mendoza: Historia de la Escuela de Comunicación Social de La Universidad Central de Venezuela. “64 años de sólida formación y compromiso”.

#### **2.1.4.1 Las relaciones con organismos nacionales e internacionales**

La Escuela ha creado relaciones de cooperación e integración con otras instituciones, tanto nacionales como internacionales, en pro del beneficio de la misma, por medio del informe de gestión académico-administrativo del ININCO correspondiente al año 2006, se pueden conocer alguna de ellas<sup>21</sup>:

##### **a. Organismos Nacionales:**

- Colegio Nacional de Periodistas (CNP)
- Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP)
- Círculo de Periodistas Deportivos
- Circulo de Periodismo Científico
- Circulo de Reporteros Gráficos (CRG)
- Instituto de Mejoramiento Profesional del Periodista (IMPP)
- Instituto de Previsión Social del Periodista (IPSP)
- Asociación Nacional de Autores Cinematográficos (ANAC)
- Colegio de Relacionistas de Venezuela
- Comisión de Medios del Congreso de la República
- Sindicato Profesional de Radio, Teatro, Cine, TV y afines del DF y Edo. Miranda
- Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV)
- Revista Comunicación (Centro Gumilla)
- Revista Nueva Sociedad
- Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONVEIC)
- Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (AVIC)

---

<sup>21</sup> Informe de gestión académico-administrativo del ININCO correspondiente al año 2006. Realizado por el Director del ININCO, Gustavo Hernández. Enviado al Decano de la Facultad de Humanidades y Educación, el 29 de Enero de 2006.

- Escuelas de Comunicación Social del país
- Oficina Central de Información (OCI)
- Oficina Central de Estadística e Informática (OCEI)
- Diario “El Nacional”
- Diario “El Universal”
- Diario “Ultimas Noticias”
- Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO)
- Organización de Bienestar Estudiantil UCV (OBE)
- Dirección de Cooperación y Relaciones UCV (DICORI)

**b. Organismos Internacionales:**

- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)
- Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP)
- Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)
- Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (INTERCOM)
- Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación (AIERI)
- Instituto para América Latina (IPAL)
- Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET)
- Centro Internacional de la Investigación en Comunicación (CIESPAL)
- Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de Sao Paulo (ECA-SP)
- Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la Laguna-Tenerife
- Instituto Internacional de Periodismo “José Martí”
- Unión de Periodistas Cubanos (UPEC)
- Fundación para el Desarrollo de la Comunicación (FUNDESCOM-TELOS)
- Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura
- Organización Internacional de Periodistas (OIP)
- UNESCO
- Fundación alemana "Friedrich-Ebert-Stiftung"

- Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL)
- Universidad de Cataluña.
- Universidad de Pekín.
- Universidad de Columbia.

#### **2.1.4.2 Relación de la Escuela de Comunicación Social con la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV<sup>22</sup>**

A nivel administrativo los representantes de la Escuela de Comunicación Social discuten, en el terreno del Consejo de Facultad, los presupuestos que les tocan de la facultad. El Decano y los otros miembros de la Directiva de la Facultad – Coordinador Académico de la Facultad y Coordinador Administrativo de la Facultad– discuten los presupuestos y después se dialoga el cómo puede ser distribuido. La ECS depende económicamente de la FHE, y la FHE depende del Consejo Universitario de la UCV y la UCV depende del Consejo Nacional de Universidades.

#### **2.1.4.3 Relación de la Escuela de Comunicación Social con el Centro de Estudiantes**

El Centro de Estudiantes de la Escuela de Comunicación Social se encuentra ubicado en la Planta Baja del Edificio de la Escuela y sus miembros desarrollan actividades culturales, académicas, deportivas. Esta unidad no posee reconocimiento legal como tal, pero representa a la voz de los estudiantes, vela por el cumplimiento de sus derechos, es un puente entre los estudiantes y la directiva de la escuela, crea el enlace entre alumnos y profesores. El centro de estudiantes es totalmente autónomo y no recibe ayuda económica de ningún organismo de la ECS, la FHE o la UCV. Los

---

<sup>22</sup> Plan de estudios y estructura. Hacia la escuela de comunicación social del año 2000". Editado por la ECS., Caracas, Venezuela. Agosto 1994.

representantes son electos por los estudiantes, y sólo debe rendir cuentas a la Escuela y sus organismos en caso de un problema pertinente a la Directiva o Administración.

Además de las relaciones antes mencionadas existen también otras figuras que permiten la relación de los estudiantes con la ECS, incluso con el entorno, como es el Curso Universitario de Locución:

#### **2.1.4.4 Curso Universitario de Locución**

El objetivo de este curso es formar un locutor con conocimientos y destrezas en las áreas de lenguaje, Teoría Comunicacional y Técnicas Audiovisuales que le permitan desempeñar con eficacia lingüística, comunicacional y técnica, así como suficiente responsabilidad social, la producción del mensaje; elevar el nivel académico del profesional de la locución; facilitar la adquisición del certificado de Locución a profesionales de distintas disciplinas y promover la calidad de la locución venezolana<sup>23</sup>.

#### **2.1.5 El plan de estudio de la Escuela de Comunicación Social**

Durante los años de vida de la Escuela de Comunicación Social son mucho los cambios que ha sufrido, y se evidencia en los diferentes pensum de estudios que se han aplicado desde su fundación. Cada uno ha obedecido a la realidad política, social y económica de Venezuela, y se han promovido para elevar la calidad de educación del estudiantado. Desde sus inicios han sido varios los planes de estudio usados por la Escuela de Comunicación a fin de formar profesionales eficaces en el desarrollo de su profesión. A continuación se presentan alguna de las modificaciones

---

<sup>23</sup> [http://www.ecs.human.ucv.ve/intranet\\_ecs/Servicios/05d-Informacion.htm](http://www.ecs.human.ucv.ve/intranet_ecs/Servicios/05d-Informacion.htm)

más significativas recopiladas en el trabajo Materiales para la Historia de la Escuela de Comunicación Social-UCV 1946-1986<sup>24</sup>.

En el mes de octubre del año 1946 la Junta Revolucionaria de Gobierno de los Estados Unidos de Venezuela dictó el Decreto N° 421, responsable de la creación de la Escuela Nacional de Periodismo, y en su artículo 2° establecía: Artículo 2° - El Ministro de Educación Nacional queda autorizado para nombrar una Comisión que estudie la organización de dicha Escuela y los pensum y programas que en ella habrán de regir, así como la duración de estudios. En primer lugar el plan de estudios de la Escuela estuvo asociado a la Facultad de Filosofía y Letras. En los años de 1947-1949, se aplicó un pensum para una duración de la carrera de 2 años.

#### **PENSUM DE 1947-49<sup>25</sup>**

Este pensum fue el primero en constituirse y contaba con la particularidad de que el estudiante debía elegir sólo cuatro de las materias antes mencionadas de acuerdo a su conveniencia. Debía cursarse 2 años, con cuatro materias de índole cultural y una técnica. También se abrió cupo a la carrera de Periodista, a aquellos alumnos que poseyeran título de Bachiller o profesor del pedagógico, ofreciendo un pensum de 4 años, constituido por las materias anteriormente mencionadas en la descripción del plan de estudios de 1947. Posteriormente en los años 1949-1950, al ser otorgada el carácter de Escuela Universitaria a la Escuela de Periodismo, se hizo la modificación, de dos años que se cursaban en el plan de estudios de 1947, a tres años de estudios para la culminación de la carrera y la obtención del título de Licenciado en Periodismo.

---

<sup>24</sup> Materiales para la Historia de la Escuela de Comunicación Social-UCV 1946-1986. ECS-UCV. Caracas. 1987

<sup>25</sup> La Escuela de comunicación Social: Planes de estudio y promociones 1949-1974. MOLINA G, Manuel Isidro. Departamentos de publicaciones de la Facultad de Humanidades y Educación. U.C.V. Caracas. 1975

### **PENSUM 1949-55<sup>26</sup>**

Se agregó un año más al plan de estudios vigente para la fecha, el pensum cambió a 4 años, agregando las materias de Idiomas modernos y Seminarios. La carrera de cuatro años se mantuvo en los años 1962-1970, con un promedio de nueve materias en cada semestre, cambiaron algunos nombres.

### **PENSUM 1956- 1962<sup>27</sup>**

El 3 de Febrero de 1970 fue aprobado en Sesión Ordinaria un nuevo pensum que buscaba ser más equilibrado entre las asignaturas humanísticas y las profesionales para la formación de comunicadores aptos en el dominio de la ciencia y de las técnicas de la comunicación social. Este consistió en un curso básico de un año de duración y un ciclo profesional de cuatro años, de los cuales los últimos dos servirán para la preparación de la rama de la comunicación en la que se deseaba ejercer la carrera. La Escuela otorgaba un título profesional con menciones: Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Impresa y Comunicación audiovisual. Y a raíz de este cambio de Plan de Estudios, el nombre de la ECS fue cambiado, según consideraciones de la Comisión de la Escuela de Periodismo, a “Escuela de Comunicación Social”.

### **PENSUM 1970<sup>28</sup>**

El pensum vigente de 1970 fue sometido a lo largo de sus últimos tres años a numerosos cortes, ajustes y modificaciones, y difícilmente puro conservar y coherencia y organicidad. Estaba concebido para actuar sobre un régimen anual y debió ser cambiado al poco tiempo a un régimen semestral. En la fecha de su

---

<sup>26</sup> Idem.

<sup>27</sup> Idem.

<sup>28</sup> Idem.

aprobación fue presentando como un pensum de diseño experimental y con el pasar del tiempo fue sometido a las uniformidades que regía en toda la UCV.

### **PENSUM 1987<sup>29</sup>**

El plan de estudio de 1970 fue modificado en 1978 y a partir de 1987 se puso en práctica el nuevo plan de estudios, que aún sigue vigente. Actualmente los estudios de Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela se desarrollan de acuerdo a la modalidad de semestres, prelacones y créditos y pueden cursarse tanto en el turno diurno, como en el nocturno. Y aún cuando las menciones en la Escuela de Comunicación Social ya no existen, un egresado de esta institución académica puede abrirse camino por su formación en cualquiera de los campos de la Comunicación Social. En el 87 se crearon los planes variables, para que un grupo de profesores, o un grupo de estudiantes, pudieran pedirles a los profesores, que abriesen materias electivas de acuerdo a tales temas. El Plan de Estudios comprende un Ciclo Común (I) de siete semestres, un Plan Variable de Estudios (II) de tres semestres y Requisitos de Grado (III).

#### **2.1.6 Estructura y Organización Académica y Administrativa de la ECS-UCV<sup>30</sup>**

##### **Consejo de Escuela**

El consejo de Escuela es un organismo de dirección académica y está integrado por el Director, quien lo preside, los Jefes de Departamento, y ocho miembros electos. Sus atribuciones son: Coordinar las labores y el funcionamiento de las Cátedras y Departamentos de la Escuela; Elaborar los planes y programas de

---

<sup>29</sup> Idem.

<sup>30</sup> Reglamento de Cátedras y Departamentos. Recuperado el 10 de septiembre del 2011, de [http://www.ucv.ve/fileadmin/user\\_upload/facultad\\_agronomia/Normativas\\_y\\_Reglametos/regcatdep.pdf](http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/facultad_agronomia/Normativas_y_Reglametos/regcatdep.pdf)

estudio y someterlos a la aprobación del Consejo de la Facultad; Proponer la Incorporación y la promoción del personal docente; Evacuar las consultas que en materia académica le formule el Consejo de la Facultad; Nombrar los jurados examinadores; Hacer cumplir los acuerdos del Consejo de Facultad y el Consejo Universitario.

### **Dirección**

Es la unidad encargada de mantener el orden académico de la Escuela y se encuentra bajo el mando del Director de la Escuela, quien tiene las atribuciones entre otras de: Vigilar la enseñanza, la investigación y demás actividades académicas; Ejecutar las decisiones del Consejo de Escuela o, en su caso, del consejo de la Facultad, en materia de coordinación de la labor y funcionamiento de los Departamentos y Cátedras de la Escuela; Ejercer la inspección y dirección de los servicios del personal administrativo; Fijar, de acuerdo con el Decano, los horarios de clase y exámenes; Cobrar y distribuir, de acuerdo en el Decano, las cantidades asignadas a la Escuela en el presupuesto; comprobar las inversiones y supervisar la contabilidad; Informar mensualmente, y cada vez que sea necesario, al consejo de Escuela a su cargo; Levantar y mantener al día el inventario de los bienes de la Escuela; Presidir el Consejo de Escuela; Representar a la Escuela en el Consejo de la Facultad; Dar cuenta al Decano y al Consejo de Escuela de los asuntos de la Escuela misma; Cumplir con aquello que le señalen los Reglamentos de la Universidad y los Acuerdos del Consejo Universitarios o del Consejo de la Facultad.

#### **Unidades o dependencias adscritas a la Dirección:**

- **Oficina de Administración**
- **Equipo Secretarial**
- **Comisiones de Trabajo:** Comisión de la Biblioteca, Comisión de Convalidación, Sub-comisión de Traslados, Equivalencias y Reválidas (TER),

Comisión de Planta Física, Comisión de Extensión, Comisión de Publicaciones, Comisión de Prueba Voluntaria de Selección, Comisiones Temporales.

### **Coordinación Académica**

Esta dependencia posee las siguientes atribuciones: Facilitar el trabajo armonioso de la Escuela; Acordar horarios; Coordinar lo relativo a la elaboración de programas académicos y actividades que complementen el pensum con el Comité Académico; Contribuir con los Departamentos y la Dirección con la obtención de recursos para el funcionamiento adecuado de la Escuela; Invitación a docentes reconocidos para desarrollar las actividades académico docentes; Coordinar lo relativo a la Prueba Voluntaria de Selección de la Escuela (PIA); Organizar las actividades de recepción de los nuevos estudiantes; Comunicación con los distintos sectores de la Escuela: estudiantes, profesores y empleados a través de entrevistas y cartelera informativas; Trabajo con comisiones diversas; Coordinación de los procesos de inscripción; Otras por mandato expreso de la Dirección y/o del Consejo de Escuela.

### **Biblioteca Gustavo Leal**

Esta Unidad tiene como misión asegurar una infraestructura de información en el área de Comunicación Social, que permita apoyar los planes de estudio, la docencia, los proyectos de investigación de la Escuela y brindar orientación a los usuarios en la búsqueda y recuperación de información. La Biblioteca “Gustavo Leal”, ofrece a los estudiantes de la Escuela, recursos bibliográficos de apoyo a las labores docentes y de la investigación que se llevan a cabo en distintas materias y cátedras de la escuela. Cuenta aproximadamente con más de 9.000 volúmenes, 900 trabajos de Licenciatura de las distintas áreas de conocimiento profesional que se imparten dentro de la Escuela y material no bibliográfico consistente en cassettes, videotapes y diapositivas. Igualmente cuenta con una Base de Datos SIBGL (Sistema

Integral de la Biblioteca “Gustavo Leal”). Ofrece el servicio de referencia (a través del cual el usuario tiene acceso a diccionarios, enciclopedias y otras obras generales; al Sistema Alejandría, etc.). La biblioteca facilita los préstamos interno, circulante e interbibliotecario (estos dos últimos, únicamente para profesores, estudiantes y empleados de la Escuela de Comunicación Social), para consulta de bibliografías especializadas por temas y prensa diaria.<sup>31</sup>

Para la revisión del organigrama de la Facultad de Humanidades y Educación a la cual está adscrita la ECS y visualizar el organigrama de la Escuela de Comunicación Social de la UCV ir a los Anexos N° 2 y N°3 respectivamente.

## **2.2 Antecedentes de la investigación**

Para la producción de esta tesis sobre el rediseño de una publicación impresa, son varios los autores que han escrito sobre el tema, en especial se reseña en este trabajo de investigación, los aportes de **Mario García**, quien en su libro “Diseño y compaginación de la prensa diaria”, del año 1984; y en su artículo “El rediseño del periódico: nueva vitalidad y aproximación,” para la Revista Latinoamericana de la Comunicación, Chasqui 80; señala las bases del diseño en medios impresos, en especial de periódicos. Este autor explica, con detenimiento, las implicaciones que conllevan el rediseño de un periódico, los lineamientos para la realización con éxito del trabajo de rediseño de una publicación, y las proyecciones del rediseño de medios impresos en un futuro cercano. Es así, que las ideas expuestas por Mario García, aportan a esta investigación las directrices necesarias a ser tomadas en cuenta, para la realización exitosa de una propuesta de rediseño del periódico universitario, Tierra de Nadie.

---

<sup>31</sup> <http://www.ecs.human.ucv.ve>

Otro trabajo a ser considerado es el de **Wilson Agudelo Sedano**, quien en su Tesis de Licenciatura, sobre “*D i s e ñ o de periódicos una aproximación histórica*”, de la Universidad de Los Andes, en 1995, describe el proceso histórico del periódico como producto gráfico, su evolución, estilos redaccionales y composición gráfica, la secuencia cambiante en la presentación gráfica de los periódicos venezolanos; las tendencias que en el campo del diseño gráfico de periódicos existen en la actualidad; y finalmente, expone el proceso de rediseño en los periódicos como la tabla de salvación y supervivencia de la prensa escrita. En especial este último punto, permitió la consolidación de los primeros pasos a tomarse en cualquier proceso de rediseño al cual se quiera someter a una publicación impresa.

Es importante reseñar el trabajo de tesis de **Elsy Torres**, quien presentó el trabajo “*Tal Cual. Identidad Gráfica*”, en el 2002, en la Escuela de Comunicación Social de la UCV. En este trabajo se da una visión estética sobre la producción periodística, mostrando las diferentes tendencias que influenciaron el diseño gráfico y que por medio del análisis de la producción del periódico Tal Cual, permite entender el proceso creativo que implica la producción gráfica y de contenido de un periódico venezolano, en formato tabloide. Los datos ofrecidos por este trabajo dieron las luces necesarias para encontrar elementos, que aplicados a una publicación tradicional, pueden ser adaptados a una publicación universitaria, para que esta logre ser un verdadero órgano informativo y de cohesión en el campus.

La tesis de licenciatura realizada por **Ana Díaz Cobo**, en el 2004, sobre el *Diseño Soft en el periódico*, en la Universidad de las Américas Puebla, también sirvió de apoyo. El resultado de su investigación, expone el diseño soft como una herramienta de composición editorial en la diagramación de un periódico, que persuade al lector, y que ayuda a que el periódico se posiciones en el actual mercado competitivo de los medios de comunicación visual. Conocer la aplicabilidad de herramientas y conceptos expuestos en esta obra, a través de la exposición de una estética que fusiona la manera como se diseñan las páginas de periódicos y de

revistas; aportan a este trabajo, una visión más abierta y creativa, del diseño de las páginas que componen la publicación que es objeto de estudio de este trabajo de investigación.

Otra importante contribución para este trabajo, lo constituyó el trabajo de tesis de Sonia A. Corona Sánchez, realizado en el año 2008, sobre “Análisis de periódicos estudiantiles norteamericanos: Prácticas editoriales exitosas y recomendaciones para periódicos estudiantiles mexicanos”, de la Universidad de las Américas Puebla. A través de los planteamientos aquí señalados y gracias a los resultados arrojados en la investigación, se pudo conocer la experiencia del periódico universitario más allá de Venezuela, sus orígenes en otros países como Estados Unidos y México, para entender las semejanzas y diferencias, en el proceso de creación de los periódicos universitarios, las prácticas editoriales empleadas por ellos y cómo esta experiencia puede ser vista a la luz de las vivencias en las universidades venezolanas con sus periódicos. Pero especialmente, el aporte significativo para esta tesis se encuentra en las sugerencias que esta autora otorga al finalizar su investigación, por medio de las cuales, enumera una serie de prácticas editoriales recomendadas, las cuales deben ser tomadas en cuenta para que el periódico Tierra de Nadie logre con éxito, cumplir su labor informativa y de cohesión de voluntades de los estudiantes alrededor de la misma.

## **CAPITULO III**

### **BASES TEÓRICAS**

Para el rediseño de cualquier medio impreso es necesario el conocimiento general de determinados fundamentos teóricos que encierran el periodismo, para que de esa forma se pueda comprender el nivel de compromiso que conlleva un medio que tiene mucho tiempo al servicio de la humanidad y que en este caso se pone al servicio de los estudiantes. A continuación se presentará una serie de aspectos históricos y conceptuales a cerca del periódico como medio impreso, el periodismo, elementos constituyentes como forma y contenido, y especial atención recibirá el apartado sobre la presencia de los periódicos estudiantiles universitarios en las universidades venezolanas.

#### **3.1 Evolución del periódico**

##### **3.1.1. Orígenes en la escritura**

Desde el establecimiento de las intercomunicaciones personales y comunitarias se ha buscado satisfacer por medio de instrumentos las necesidades de comunicación. Así, Albert Sutton (1963. P. 09) señala que, desde la Era Prehistórica, el hombre ha tenido la habilidad de conservar sus logros en forma duradera y esto ha hecho posible la acumulación de conocimientos que le han servido para desarrollarse social y económicamente. Ahora bien, el lenguaje y la escritura como instrumentos primitivos de comunicación oral y escrita, estaban limitados por las distancias entre el emisor y el receptor. (Manuel Vásquez Montalbán, 1995. P.11)

Así, la evolución del alfabeto que empezó en la prehistoria, estuvo delimitada en cuatro fases. La primera se denomina Mnemónica (de Memoria), donde los objetos reales se emplearon para servir como datos o mensajes entre personas que estaban demasiado alejadas para comunicarse por sonidos o por señas. La segunda fase fue la Era Pictórica, el relato o información se difundía por medio de pinturas de objetos. La tercera fase, denominada Ideográfica, los grabados se usaban para representar ideas, con un valor asociativo de varios símbolos pictóricos con objetos e ideas. Finalmente, la cuarta fase, la Fonética, con el grabado que se convirtió en un signo que representaba un sonido: una palabra entera, las sílabas de la palabra, las letras contenidas en la palabra; de este descubrimiento, nació el primer alfabeto, fonético, hablado. (Albert Sutton, 1963. P. 12).

Pero, luego de descubierto el alfabeto la comunicación requería un soporte material, lo que ayudó al avance de la escritura. Fue así como, alrededor del año 3000 antes de Cristo, los babilonios inventaron un sistema de escritura llamada cuneiforme, que consistía en caracteres de forma de cuña y jeroglíficos modificados que eran impresos o excavados mediante un punzón en trozos de arcilla blanda. Posteriormente, esta arcilla se endurecía en un horno y se utilizaba para registrar hechos importantes o enviarlos en la correspondencia con los egipcios. Se estima que los símbolos semíticos que originaron el primer alfabeto, surgieron gracias a una antigua cultura, que existió entre los fenicios y los egipcios en la península de Sinaí. Los griegos por su lado, aceptaron el alfabeto fenicio, lo remodelaron añadiendo letras separadas para representar las vocales y combinando algunos de los signos para conseguir un alfabeto propio. A su vez, los romanos añadieron y combinaron ciertas letras, y completaron un alfabeto de 23 letras. Finalmente, los anglosajones tomaron las letras romanas y les añadieron la J, U y W, para completar un alfabeto de 26 letras tal como el que tienen hoy. (Albert Sutton, 1963. P. 14)

En el proceso hacia el desarrollo de un alfabeto útil, se requirió un medio más indicado que la piedra y las tablillas de arcilla, debido a las dificultades en la

preparación, reunión y transporte de la información contenida en estos soportes. El descubrimiento del papiro-primer papel- por los egipcios ayudó a remediar la situación, era un excelente material para comunicar mensajes escritos, resistía largos períodos de tiempo, y como pluma se usaba una caña afilada, que se introducía en una tinta fluida, hecha de hollín, goma y un ácido añadido para fijarla. Es el año 105 que se considera como la fecha de la invención del papel, su uso se desplazó gradualmente de China hasta occidente, llegando a Egipto hacia el año 900; a España en 1150; a Italia alrededor de 1270, y a Alemania en 1390. Pero el papel se utilizó normalmente en Europa hasta el siglo XIV, cuando se construyó la primera fábrica de papel en Alemania. Hasta entonces la vitela y el pergamino fueron los materiales más populares. (Albert Sutton, 1963. P. 14).

### **3.1.2 Historia de la impresión**

#### **3.1.2.1 La impresión de libros**

Los primeros intentos rudimentarios para la impresión de libros se hicieron escribiendo en largas hojas de papiros, que se arrollaban en un extremo superior a unas varillas; se llamaron rollos, que en latín significa volumen. En el primer siglo después de Cristo, los libros enrollados de papiro y pergamino fueron reemplazados por el codex (código), o libro, hacia el siglo IV, y constaba de pequeñas hojas juntas, de forma muy semejante a los libros actuales. Los primeros libros verdaderos se hicieron en hojas de pergamino o vitela, colocadas unas sobre otras y dobladas en el medio, luego pasaron a coserse estas hojas. Finalmente añadieron las cubiertas, cosidas sobre la primera y la última página, y el libro, tal como hoy se conoce, llegó a convertirse en realidad. El desarrollo de los libros fue, en general, la tarea de los monjes de la iglesia Cristiana en época medievales. Estos primitivos manuscritos formaron los verdaderos fundamentos sobre los que se asentó el desarrollo cultural. Solo los ricos fueron capaces de mantener el lujo de estos libros primitivos, luego de los años oscuros, el vulgo, con sus deseos de aprender, comenzaron a ver las ventajas

de la ilustración y gradualmente creció un amplio deseo por los libros.(Albert Sutton, 1963. P. 15).

### **3.1.2.2 La impresión por planchas**

Para llenar la creciente necesidad por la lectura, surgió un método de producción que sería más rápido y más barato que la escritura a mano, la impresión por plancha de madera, o xilografía. Se imprimían los libros por medio de planchas de madera en la que grababa a mano en relieve el material que había de ser reproducido, esto fue hacia el período de 1440 a 1470. La invención de la plancha de madera para imprimir fue un importante paso para la producción de libros en grandes cantidades a un precio accesible a cada vez mayor número de gente. El resultado fue un creciente avance intelectual que las clases dirigentes no fueron capaces de monopolizar. (Albert Sutton, 1963. P. 20)

### **3.1.2.3 La impresión a través del tipo móvil**

La mayoría señala a Johan Gutenberg como el inventor de los tipos móviles de metal fundido en matrices, que constituyó la fundación de la impresión tal como hoy se conoce, prueba de ello fue el primer libro impreso del mundo, la Biblia de Gutenberg, conocida como la Biblia de 42 líneas o Biblia Mazarina, terminada en el año 1456, en Alemania. Esta Biblia impresa con un tipo de texto semejante a la escritura manual de los monjes, contiene 1.300 páginas en tamaño de 12x17 pulgadas, a dos columnas, cada una de 42 líneas. Algunas de las copias, fueron impresas en vitela, otras en papel, con una tinta negra brillante y letras coloreadas de gran belleza. (Albert Sutton, 1963. P. 20)

Los tipos de imprenta que existen hoy son muy semejantes a las primeras de Gutenberg y sus contemporáneos en Alemania y en los Países Bajos, hace cinco o seis siglos. Hoy los tipos de imprenta se hacen casi exclusivamente a máquina

(rotativas), y el metal que actualmente se usa es prácticamente el mismo que empleaba Gutemberg, el cual consistía en una aleación de plomo, estaño y antimonio, que puede variar en las proporciones de acuerdo con el tamaño del tipo que se produce o la finalidad para la que se fabrica.

### **3.1.3 Difusión de la impresión**

La imprenta llegó a Italia, en 1464, y así la imprenta de tipo salió de Alemania. Por otra parte, en Suiza se estableció en 1474, en Francia en 1470, y en Holanda en 1473. En América, la primera imprenta fue establecida en México en 1539. En 1638 la imprenta llegó a Norteamérica, de la mano del reverendo José Glover, de Inglaterra, considerado el padre de la imprenta en los Estados Unidos. (Albert Sutton, 1963. P. 27).

## **3.2 Historia del periodismo**

El periodismo es desde los tiempos primitivos una necesidad diaria del ser humano que se encuentra en sociedad. Así, tomando como referencia lo dicho por el autor José Gabriel (1948, P.7), la palabra hablada que trae y lleva entre los hombres las noticias de sus hechos, de sus sentimientos y de sus pensamientos, podría ser la primera forma de periodismo. La escritura en los muros de los templos, las inscripciones en tablillas enceradas, en las estelas funerarias, en los papiros, en los pergaminos, en la madera, en el papel, fueron intentos de hacer periodismo, al igual que las tablillas de los griegos, cuando los incas se comunicaban a viva voz y en la Roma republicana y en la imperial, con los anales y actas periódicas del gobierno, las cartas de correspondencia. Ya en la edad media, las romerías eran espacios periodísticos, y para los burgos, en la Edad Moderna era en las plazas y los mercados. (José Gabriel, 1948. P.7)

Con lo anteriormente expuesto, pudiera afirmarse que en tiempos primitivos pudo existir el periodista profesional, pero semejante al de los tiempos actuales, aparece en Roma, con el redactor oficial de actas y anales, con el corresponsal remunerado que enviaba regularmente a los magnates de la provincia las noticias metropolitanas y las copias de las actas. De igual forma entre los inicios de la profesión se encuentran los corresponsales medievales, que obtenían y transmitían noticias interesantes para la guerra o para el comercio. (José Gabriel, 1948. P. 9). Como referencias de la profesión periodística se encuentran en Roma, los *Annali massimi*; el *Acta diurna populi urbana*; los *praeco* (pregonero), el *strilloni* (voceador comercial), y el *subrostrani* (profesional del rumor). (Manuel Vázquez Montalban, 1995. P. 19)

Después de la invasión de los bárbaros aparecieron las ciudades, y su dinámica social promovió la transmisión de noticias a través de las grandes ciudades comerciales, las ferias y mercados fijos. (Manuel Vázquez Montalban, 1995). Luego, con la aparición de la imprenta, coexistió un naciente periodismo impreso (siglo XIX), con las noticias manuscritas, que eran preferidas a las noticias impresas, porque estaban al alcance de todos, tenían un bajo precio; además, que las imprentas eran sometidas a la vigilancia de las autoridades públicas. (Geroge Weill, *El Periodismo*, Uthea)

En cuanto a la periodicidad en los primeros tiempos del periodismo, este tuvo poca regularidad, ya que en determinadas épocas y sociedades una información anual podía ser suficiente; hasta que a comienzos del siglo XVII las publicaciones llegaron a ser semanales (José Gabriel. 1948. P. 10). Las hojas informativas integraban la palabra impresa y la imagen, y existía un control de la producción informativa, por la Iglesia y el Estado, lo que promovió un tipo de periodismo clandestino. En cuanto a los géneros de la época se encontraban la gacetilla y la crónica como géneros iniciales. Había una abundancia de hojas noticiosas impresas, que según el historiador italiano Giuliano Gaeta (1966) eran “de pequeño formato, las

más grandes no superan el formato de 20 por 15 centímetros y las más pequeñas se quedan en los 15 centímetros por 10. A veces de cuatro páginas, más a menudo de ocho, a veces mayor”. Generalmente en la primera página había una xilografía, sobre la que destacaba un nombre genérico. El maquetado era común en todos los periódicos, y similar al de cualquier libro; incluso los géneros y el lenguaje estaban casados con lo literario. Los periódicos llegaron a tener tirajes de 150 ejemplares. (Manuel Vásquez Montalbán. 1995. P. 78)

### **3.2.1 Los comienzos de la prensa en el mundo**

En Francia entre los años 1789 a 1792, no había obstáculos legales para publicar, se imprimieron numerosas obras y panfletos sin ninguna autorización previa y sin sumisión a ninguna censura, habían establecido la libertad de prensa. Los periódicos aparecían y se multiplicaban porque la publicación de periódicos no requería de grandes capitales. Aquellas publicaciones eran de pequeño formato, se imprimían en mal papel por el bajo precio; a veces tenían tan mal aspecto que no se podían leer; los textos eran fantasiosos porque los que imprimían hombres de letras, que no dominaban el idioma francés; no hacían las correcciones necesarias, los títulos eran diversos, seguidos de un epígrafe o una cita literaria; algunos eran ilustrados con grabados en madera, contenían cierta publicidad pagada que equilibraban el presupuesto del diario; la periodicidad variaba según su mayor o menor venta, y se editaban diarios no solo para las ciudades, sino también para los campos. (Jacques Godechot, 1964)

Luego, la prensa francesa se transformó en diarios de grandes fotos y títulos, con una primera página que, invitaba con frases a las páginas internas donde las informaciones serían tratadas a profundidad, estaban despolitizados, y otorgaban mayor espacio a la publicidad. Con las dos grandes guerras (1914-1950), la prensa sufrió un período de decadencia, se restableció la censura; y el desarrollo de las técnicas modernas favorecía más al periodismo radiofónico (desde 1920) y al

periodismo televisado (1945). La prensa en esa época se le consideraba sometida a intereses económicos; la inflación los obligó a elevar su precio; y políticamente coexistían periódicos de izquierda y de derecha. Hacia el año 1939 los periódicos sufrieron una transformación, el formato se redujo por las dificultades de abastecimiento de papel, apareciendo en cuatro páginas, en un cuarto y a un octavo. (Jacques Godechot, 1964)

Por su parte, el periodismo inglés se inicia bajo la prohibición oficial de insertar comentarios políticos, y sometido a la aprobación del censor. Definen el periodismo inglés los ensayistas, las cartas de novedades políticas de la corte y avisos recibidos de otras partes. Posteriormente, nació el periodismo contemporáneo y la nación-estado; los comerciantes eran los empresarios del periodismo burgués, y apareció el periodismo político. En el progreso del periodismo intervinieron invenciones como el telégrafo, el perfeccionamiento del correo, la apertura de caminos, el ferrocarril, el incremento de la navegación, la fotografía, el fotograbado, la litografía, la linotipo para componer, la rotativa para imprimir velozmente, el papel de pasta de madera, todos inventos y perfeccionamientos mecánicos del siglo XIX. Los cambios sociales de la época, la difusión de la instrucción y de la cultura, y las aspiraciones socialistas populares (1865), dieron pie al surgimiento del periódico popular y sensacionalista, con reportajes callejeros, con noticias mucho más amplias, crónicas llamativas, con comentarios de izquierda, cultivaba la demagogia, allanó el estilo, adoptó la venta por las calles de las grandes urbes, con afán de difusión lucrativa. (José Gabriel, 1948)

En tanto, en los Estados Unidos la experiencia de la edad de oro periodística se estaba viviendo de la mano de diarios como, *The World*, *The Journal New York Times*, *The Herald*. En Norteamérica, en los años 20, el periodismo se caracterizó por ser amarillista, de tabloides, con un periodismo sensacionalista, existía la concepción de que los titulares debían más verse que leerse. Luego, y con la concepción de las masas, que según expone el norteamericano Hartley en 1928, se buscaba fórmulas

que relacionaran el mensaje con la intencionalidad,: “...quién dice qué, en qué medio, a quién, con qué efecto” (Harol Lasswell). Además, se creó la Facultad de Enseñanza del Periodismo dentro de la Universidad de Columbia. (Manuel Vázquez Montalbán, 1995. P. 175).

Durante la primera guerra mundial (1914) la tecnología comunicacional se puso al servicio de la contienda con altas dosis de propaganda. Los alemanes dedicaron especial atención a la edición de periódicos propagandísticos en la lengua de los países ocupados. La guerra aportó al ejercicio periodístico la figura del corresponsal de guerra; sin embargo, afectó de manera negativa, con el aumento de los precios del papel, lo cual hizo desaparecer a muchos periódicos. Una vez terminaba la guerra floreció la prensa nuevamente, y la presencia de la publicidad en estos diarios. (Manuel Vázquez Montalbán, 1995. P. 183).

En la actualidad, la situación de la prensa está influenciada por la utilización de las nuevas tecnologías en sus procesos de diseño, impresión y distribución. (Díaz Cobo, A. I. 2004. Diseño Soft en el periódico. Tesis Licenciatura. Diseño Gráfico. Universidad de las Américas Puebla). Ya es común el diseño de los diarios a través de software de computación para diseñarlos, la impresión se realiza a través de grandes rotativas y su contenido trata de competir con la versatilidad que ha dado la web en el suministro de información multimedia. En cuanto al contenido los temas más diversos de la cotidianidad inundan las páginas de los periódicos, creándose una agenda informativa realmente diversificada. En cuanto al perfil del periodista, ha evolucionado hacia la profesionalización del periodista en las nuevas tecnologías, herramientas y soportes, que hacen de su trabajo un desafío dentro de la era digital que se vive en estos momentos.

### 3.2.2 La prensa escrita en Venezuela

El periodismo en Venezuela tuvo sus comienzos en el siglo XIX, y estuvo ligada a las guerras independentistas de Hispanoamérica. Los diarios de la época dedicaban sus páginas al combate ideológico, entre los regímenes monárquicos y republicanos, así como, a la literatura doctrinaria, proclamas y variedad de disertaciones legales; y poemas épicos. En esta primera etapa se confunden los oficios de militar, político y periodista (Los Medios de Comunicación de Venezuela. Historia Mínima, 2004).

Desde el 24 de octubre de 1808 Venezuela entró a la historia del periodismo con la circulación de la *Gazeta de Caracas* como vocero de las autoridades coloniales; y con la llegada de la imprenta en el año 1808 desde Trinidad por los impresores ingleses Matthew Gallagher y James Lamb, bajo la iniciativa del gobernador interino Juan de Casas. Como ejemplo de la prensa de la época está *La Gazeta de Caracas*, un semanario de cuatro páginas y dos columnas, que incluía una incipiente publicidad. Entre los años 1810 y 1812 aparecen y desaparecen periódicos como, *El Semanario de Caracas*, *El patriota Venezolano*, *el Mercurio Venezolano*, *el Publicista Venezolano*. En Caracas entre los años 1820 y 1821 surgieron periódicos que además de tocar tópicos políticos, también tenían un tono satírico, humorístico y polémico, como *La Mosca Libre*, *El Fanal de Venezuela*, *El celador de la Constitución*; *La Segunda Aurora*, *La Mariposa Negra*, *La Lotería Tipográfica* y *La Araña*. Pero, dentro de la historia del periodismo en Venezuela no se puede dejar a un lado el semanario *Correo del Orinoco*, fundado por el libertador Simón Bolívar (27 de junio de 1818), como órgano de lucha por la Independencia, en el cual se publicaron proclamas, decretos, disposiciones del Ejecutivo y noticias sobre la unidad por la Independencia de Latinoamérica, artículos escritos por el propio Bolívar. (Marcelino Bisbal, 2004. P. 18).

Después de la publicación de varios periódicos en Caracas, también se imprimieron periódicos en el interior del país, tales como, El Venezolano, de Cumaná (1811); La Gaceta de la Nueva Valencia, de Valencia (1812), la Gazeta Ministerial, el Boletín, y el Correo Nacional, (1821), de Maracaibo; en Puerto Cabello, El Vigía de Puerto Cabello (1825); en Guanare, el Aurora de Apure (1826); en Barquisimeto, El Barquisimetano (1833). Y con la aparición de la imprenta aumentaron los periódicos en muchas otras ciudades del interior del país. Posterior a estos años, a partir de 1830 comenzó una nueva etapa en el país, ya desaparecida La Gran Colombia, y después de 15 años en guerra, con un despegue de la prensa de la mano de intelectuales de la talla de Juan Vicente González; Fermín Toro, Tomás Lander, Felipe Larrazábal, Pedro José Rojas, entre otros. (Marcelino Bisbal, 2004. P. 18).

En cuanto a la periodicidad de las publicaciones, esta se inicia con la edición en Caracas de una hoja de circulación diaria bajo el título de Diario de Avisos (1837). Otra publicación surgida pero en 1850, fue el Diario de Avisos y Semanario de las Provincias. Ya durante los regímenes de los Monagas (José Tadeo Monagas y José Gregorio Monagas, 1847-1858), la libertad de prensa era limitada, por lo que los periódicos eran favorables al régimen para evitarse problemas. Sin embargo, destacan periódicos de corte humorísticos como El Diablo Asmodeo y Asmodeo (1850), y el Rayo (1850). También había de contenido jurídico como El Foro (1856). Luego, durante el gobierno de Antonio Guzmán Blanco en 1870-1887, se utilizó como plataforma al periódico La Opinión Nacional (1868-1892), y los asuntos oficiales eran publicados en la Gaceta Oficial (desde 1872). Durante esta época se lucieron periódicos como: El Delpinismo (1855); El Yunque (1887), El Fonógrafo (1879-1917), Los Ecos del Zulia (1880-1909), el Boletín de la Agencia Pumar (1886), con informaciones de altamar; La Religión (1890), un impreso de la Iglesia Católica de corte confesional.

El país se fue transformando, y para finales del siglo XIX se habían instalado varios adelantos tecnológicos, que le dieron poco a poco un carácter masivo a través

de la energía eléctrica en las imprentas, sustituyendo el vapor. Esto se notó en periódicos como el Zulia Ilustrado (1888-1891) con el primer grabado fundido; y El Cojo Ilustrado (1892), que duró 23 años y fue una referencia cultural de la época, por sus atractivas ilustraciones. Hasta el final del siglo XIX, el periodismo que se practicaba era de corte político y de opinión, era un periodismo de ideas y de intelectuales, no se practicaba el periodismo informativo, y no se conocía el oficio como se conoce actualmente. Sin embargo, antes de terminar el siglo, surgieron iniciativas por establecer el periodismo informativo a través del periódico El Tiempo (1893-1912), y El Pregonero (1892-1913), ambos periódicos circulaban en Caracas.

### **a. La industria periodística en Venezuela**

Al llegar al siglo XX en Venezuela se inicia con el gobierno de Cipriano Castro (1899-1908), un nacionalismo que se reflejaba en las publicaciones, ejemplo de ello, El Constitucional (1900-1909) de apoyo ideológico y político del régimen de turno. Este fue un gobierno que golpeó la libertad de expresión, con castigo y represión. También paso durante el gobierno de Juan Vicente Gómez, la prensa tuvo que ingeniárselas para sobrevivir a la censura, por ello, innovó en cuanto a la técnica de impresión, en la forma creativa de mostrar la información, de venderse a sus lectores, y la presencia en sus ediciones de la página editorial. En esos años la prensa regional fue enriquecida con la publicación de periódicos, que aún existen en la actualidad, como por ejemplo, periódicos regionales: Panorama (1914) en el Edo. Zulia, El Carabobeño (1933) en Valencia, La Columna (1923) de Maracaibo, y el Vigilante (1924) en Mérida. (Díaz Rangel, Eleazar, 2007. La prensa venezolana del siglo XX)

Cuando muere Gómez tomó el gobierno Eleazar López Contreras, fue un corto tiempo de tranquilidad en el cual surgió el periódico Ahora (1936-1945), Crítica (1936-1941), el Popular (1936), El Martillo (1938-1941), y el semanario Orve. Posteriormente, al llegar a la presidencia Medina Angarita, según palabras de

Marcelino Bisbal, la prensa se volvió más combativa y crítica, iniciándose así la profesionalización del periodista con el nacimiento de la Asociación Venezolana de Periodistas (AVP) que daría paso a lo que ahora es el Colegio Nacional de Periodistas (CNP) y el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP). Así mismo, otro punto importante es la fundación en 1946 de la Escuela de Periodismo de la Universidad Central de Venezuela, y que se constituiría como la primera Escuela de Comunicación Social del país.

Un aspecto trascendente de aquellos años, fue el surgimiento del servicio cablegráfico de las agencias norteamericanas Associated Press (AP) y United Press International (UPI); y las agencias de noticias, que mejoraron la calidad de las informaciones del interior del país. Además, del desarrollo de la llamada crisis del papel, después de la segunda Guerra Mundial, cuando fue cada vez más difícil traerlo desde Canadá o Estados Unidos, por escaso transporte en aquella época. Algunos diarios como Rojo y Negro desaparecieron por esta crisis del papel. (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

Al vivir los buenos tiempos de la democracia surgieron periódicos como, Últimas Noticias (1941) un tabloide moderno y popular; El Nacional (1943) vitrina de la noticia y la cultura, con una separata denominada Papel Literario, dirigido por Mariano Picón Salas y Arturo Uslar Pietri. En cuanto a la prensa popular, así definida por Marcelino Bisbal, como la de fácil lectura, picante, irónica en sus contenidos, de titulación fresca y desenfadada, lo ejemplariza a través de la publicación que surgió en el año 1941, El Morrocoy Azul, un semanario humorístico y caricaturista, que se publicó hasta el año 1958, y fue el semanario de mayor circulación de aquellos años.

De esa época también lo son, el periódico partidista, Acción Democrática (1942-1944), El País (1944-1948) y Rojo y Negro (1943-1944), del partido Acción Democrática; Aquí Está (1942-1946) del Partido Comunista. Luego, con la caída del gobierno de Medina Angarita, salen a circulación los periódicos COPEI (1946-1948)

y El Gráfico (1947-1949) del partido COPEI. En 1948 se unen los semanarios de corriente comunista, Aquí Está y El Popular para originar Tribuna Popular como el periódico oficial del Partido Comunista de Venezuela. La libertad de prensa de esos días permitió la existencia de periódicos escritos en lengua extranjera como The Daily Journal (1945), Il Correo di Caracas (1947) y La Voce d' Italia (1950). Y seguirían apareciendo más prensa regional como, Tribuna (1942), ABC (1942), Sagitario (1943), La Opinión (1945), Trópico (1941-1947), Verdades (1942), Hoy (1942), y Crisol (1942).

Luego del Golpe de estado a Rómulo Gallegos en 1948, y el asesinato Carlos Delgado Chalboud en 1950, y la toma del poder Marcos Pérez Jiménez, la censura retomo terreno con esta dictadura, fueron clausurados diarios y puestos presos algunos periodistas y otros fueron perseguidos. De esos tiempos son el Herald, órgano noticioso del régimen; y por la resistencia se dieron los pequeños panfletos como, Ofensiva, Joven Guardia, Rebelión, Libertad, Estrella Roja, Resistencia, Tribuna Popular. Además, se realizó trabajo periodístico en el exterior, debido a la persecución y al exilio de varios activistas políticos, con Noticias de Venezuela, pero editados en México, donde se agruparon importantes dirigentes políticos como, Gustavo Machado, Andrés Eloy Blanco, Raúl Leoni, Juan pablo Pérez Alfonso.

Una vez derrocada la dictadura de Pérez Jiménez, volvió libertad de expresión, donde el primer periódico que surgió en ese tiempo fue El Mundo, que nació el 03 de febrero después del 23 de enero. Es parte de la historia del periodismo en tiempos de democracia, la aparición de prensa de corriente comunista como el Clarín (1960-1964), La Hora (1960-1960), El venezolano (1963-1963), La Extra (1963-1964) y La Tarde (1964-1966). A la par en estos tiempos había una gran cantidad de diarios y revistas; y se consolidaron diarios como El Nacional, El Universal, El Impulso, El Impulso, El Carabobeño, y Panorama.

La prensa se dedicaba a producir socialmente información y a ofrecerla a un público lector, pero por otro lado, se estaban constituyendo empresas de la comunicación, dedicadas a la diversificación de la producción informativa dentro del medio impreso, tales son los casos de la Cadena Capriles y el Bloque de Armas. La Cadena Capriles (1950) era dueña de los diarios Últimas Noticias y el Mundo; y el bloque de Armas (1970), producía diario 2001 (1973) el primer periódico a color del país, y Meridiano (1969) como el único diario deportivo del país. En 1979 aparece el Diario de Caracas, de la mano independiente y luego de las empresas IBC del grupo Phelps, fue un impreso que, como lo señala Bisbal, utilizó la fotografía de la primera página para ser la editorial, insertó la novedad en el manejo de la información y la interpretación.

Para proseguir por la historia de los periódicos en Venezuela, debe señalarse la aparición de diarios temáticos en materia económica, como lo fueron, Economía Hoy (1989); de contenido político como el Nuevo País (1989). De esos tiempos se rescatan el periódico del Banco federal, llamado El Globo (1990); Así es la Noticia (1996) de la empresa editora de El Nacional, que tratará de competir, como lo expone Bisbal con los diarios Últimas Noticias de la Cadena Capriles, 2001 y Abril del Bloque de Armas. Entre los periódicos de corte humorístico y satírico se encuentran, Fantoche (1950), Dominguito (1958), La Pava Macha (1962), el Infarto (1966) y El Sádico Ilustrado (1978). Otro aspecto de importancia, fue el auge de los periódicos regionales que darían pie a la constitución y funcionamiento de la Cámara de la Prensa Regional (CAVEPRE) que hoy agrupa a los diarios más importantes del país.

Todavía hoy día figuran periódicos al servicio de la transmisión de mensajes del gobierno, como, El Correo del Presidente (1999), Quinta República (MVR), Mi Periódico (2000), Proceso (2001), El Tiempo de Caricua (2002), Question (2002), La Mancha (2002), Venpres Impreso (2002), Temas de Venezuela (2002), Primera Idea (2002). Pero diarios de circulación diaria solo el diario Vea (2003) y Ciudad Caracas (2009). Según cifras oficiales existen 72 publicaciones conglomeradas en lo

que el Presidente de la República llama El bloque Bolivariano de Prensa Alternativa (BBPA). En el año 2002, durante el gobierno del actual Presidente de la República, Hugo Chávez Frías, surge el periódico Tal Cual, dirigido por Teodoro Petkoff, caracterizándose como un diario ágil, analítico, con punzantes editoriales, impactantes titulares e ilustraciones irreverentes en primera plana. (Los Medios de Comunicación de Venezuela. Historia mínima, 2004)

### **b. Evolución de la confección de los periódicos en Venezuela**

La prensa escrita como se ha ido describiendo, ha pasado por varios cambios en cuanto a su forma y contenido; sobre todo luego de varias guerras, bloqueos económicos y pestes. Durante el siglo XX, en Venezuela la confección era a través de un componedor, luego pasó a realizarse a través de la máquina linotipo, traída por primera vez por Odoardo León Ponte, editor del pregonero, en el año 1901. Incluso se creó la Asociación de Linotipistas en 1917, que exigieron que los originales fueran escritos a máquina, puesto que los colaboradores de la prensa solían entregar sus trabajos manuscritos. En el caso de ilustraciones, El Cojo Ilustrado, El Pregonero, El Universal y El Nuevo Diario, fueron los primeros en tener fotograbados propios, lo que les permitió ilustrar sus páginas (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

Los primeros periódicos se imprimieron en Prensas Washintong, que luego fue sustituida por la prensa plana (1907), adquirida a la empresa pronty Printing Press, USA. Así, un taller moderno de aquellos años lo constituía una rotativa Hoe, una máquina Ludlow para hacer titulares, cuatro linotipos y un equipo de estereotipia. Posteriormente se pasó al sistema de prensas rotoplanas marca Duplex, luego se incorporó la prensa Babcock, traída de Europa y que era movida a vapor y luego por electricidad. Periódicos que usaban esta tecnología era El Impulso, El Luchador de Ciudad Bolívar, El Constitucional, El Pregonero. Sin embargo, El Universal fue pionero en el cambio de formato a 8 páginas impresas en una Duplex, en 1911. En 1930 llegó a la Guaira la primera rotativa importada por Andrés Mata, directamente

de Nueva York, esta rotativa era de marca Hoe. La primera rotativa que llegó al interior del país, fue instalada por el diario Panorama, de Maracaibo, en 1947. (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

El sistema offset se introdujo en Venezuela en el año 1963, por Rotolito C.A., donde se imprimieron los diarios La Tarde (1964) y el deportivo Meridiano (1969). En el interior usaron el offset, Hoy, en Valencia (1964); El Informador, en Barquisimeto (1965); La Verdad, de Caracas (1965); Crítica, en Maracaibo (1966); El Impulso, de Barquisimeto (1966); el Tiempo, de Puerto La Cruz (1966). En 1976, 13 diarios de formato estándar y 17 tabloides usaban el offset, y en sistema tipográfico se imprimían 10 estándar, incluidos El Universal, el Nacional, Panorama y El Mundo, y 13 tabloides, donde El Últimas Noticias era uno de ellos. Quedaba solo el diario Agencia Comercial, de Carúpano, con composición a mano<sup>32</sup>. (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

Los terminales de visualización VDT<sup>33</sup> (Harris) fueron instalados en El Nacional en 1977 y en panorama en 1978. Aunque produjo resistencia en el gremio periodístico, se desarrolló satisfactoriamente. Vale destacar que fue los diarios Panorama y La Columna, ambos de Maracaibo, en 1991, que todo el personal de redacción escribiera en microcomputadoras. Además, se incorporó la tecnología satelital, tal como lo hizo en primer lugar el diario Panorama, para mantener la comunicación informativa con sus corresponsales desde Caracas a Maracaibo. Luego computarizaron sus redacciones los diarios El Impulso, El Carabobeño, El Tiempo de Puerto La Cruz, El Siglo de Maracay, Sol de Margarita de Porlamar, y el Diario Los

---

<sup>32</sup> Prado, Juan de Dios (1977). Técnicas Modernas y Tradicionales en la prensa diaria venezolana. Imprenta Universitaria, Caracas.

<sup>33</sup> El 11 de septiembre de 1976 el Colegio Nacional de Periodistas fijó por primera vez posición sobre estas nuevas tecnologías. En la Revista El Periodista N° 68 y 70 y en el Sindicato de la Prensa frente a las nuevas Tecnologías, Ediciones 43° Aniversario, Caracas, s.f. y Políticas frente a las nuevas tecnologías en el periodismo, CNP, Caracas, s.f.

Andes, de Muchacho Hermanos. El Globo fue el primero en Caracas, en automatizar todo el proceso de confección del periódico. (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

Como se puede observar, en la actualidad el efecto de las nuevas tecnologías, permiten confeccionar los periódicos de otra manera más tecnificada a través de una computadora y software de edición; una instantaneidad del internet y soportes como las computadoras, teléfonos celulares y tablas (Ipad, por ejemplo), han transformado de manera significativa la forma de presentar las informaciones y en si ha transformado también la forma de hacer periodismo. Por lo tanto, los medios tradicionales han tenido que echar mano de nuevas estrategias para mantener la audiencia y obtener el interés de una nueva generación que se levanta a pasos gigantescos y que desde que abrió los ojos ha visto un mundo en digital. Está el caso de El Nacional, el cual se constituyó en el pionero en Latinoamérica en hacer el cambio a la era multimediática, un proceso que inició en 1980, cuando El Nacional había transformado su manera de edición para pasar a la autoedición en computadoras VDT. De igual manera es necesario señalar el caso del diario zuliano La Columna de Maracaibo, totalmente realizado en microcomputadoras o computadoras personales. Pero, aunque la carrera tecnológica no se detiene, y algunos predicen la desaparición del papel como soporte informativo, no cabe duda que en la actualidad y hasta un tiempo más allá, se está requiriendo la existencia del medio impreso que sirva de trampolín para el posicionamiento posterior del medio digital.

### **c. El proceso de distribución de la prensa escrita**

A finales de los años 30 los problemas de la lentitud en la distribución de la prensa escrita se debía en muchas ocasiones a las escasas o inexistentes vías de comunicación, que hacían que estas publicaciones llegaran hasta con un día de retraso. Con la construcción progresiva de carreteras, mejoró la distribución de la prensa escrita, desde la capital de la República hasta el resto del país. Y fueron

reemplazados los pregoneros que laboraban desde 1938, por pequeños y medianos distribuidores que llegaron a constituir una red (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

En cuanto al tiraje de la prensa en los primeros 40 años resulta difícil hacer estimaciones fidedignas, cuando había tan alto grado de analfabetismo y escasa vías de comunicación entre Caracas y el interior del país. Según la empresa Publica C.A., en el año 1960, el diario Últimas Noticias vendía 86.667 ejemplares, El Nacional 82.400, El Universal 78.980, El Mundo 59.300, Panorama 60.000 y La Esfera 38.012. Para el año 2002, estudios de DATOS IR-ANDA, los periódicos más leídos en Caracas era Últimas Noticias 38%, El Universal 26%, El Nacional 23%, Meridiano 8% y 2001 5%. (Eleazar Díaz Rangel, 2007)

#### **d. La economía en la prensa escrita**

En un primer término la economía de la prensa escrita se representaba a través de la figura del pregón, sus ingresos provenían de la suscripción o por la venta de los periódicos. Un periódico como El Nacional, llegó a costar 1,00 bolívar en el año 1979, donde el valor solamente del papel era de 1,00 bolívar, sin contar con el valor de otros insumos que habría que adicionarle para dar el precio total de la confección de un periódico. Se puede observar que el impreso se vende por un precio un porcentaje considerablemente por debajo del que debería para cubrir sus costos, diferencia que queda subsanada por la publicidad. Desde el siglo XX en Venezuela, los diarios pagan sus costos de producción y generan ganancias, gracias a la venta de espacios publicitarios en sus páginas en forma de avisos. (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

Hasta 1953 las pautas de publicidad se las disputaba la prensa y la radio, pero luego entraron al juego las estaciones comerciales de televisión. Aunque no es fácil encontrar información sobre la economía de la empresa periodística, según Espum (Estadística Publicitaria Mensual, El Nacional, 1970) durante los años 1965-

1967, la publicidad comercial en prensa fue de 75 millones de bolívares, en 1991 y 1992 ingresaron 6.000.282.083 bolívares. Sin embargo, en 1993 hubo una disminución de los ingresos por concepto de publicidad en un 22,30% (13,5 millones de bolívares) porque los anunciantes prefirieron a la televisión, cuyos ingresos aumentaron un 72,30%. Sin embargo, debe tenerse claro, el peso que el volumen de los ingresos obtenidos, por medios de la venta de espacios publicitarios en la prensa escrita, ejerce sobre la línea editorial de los periódicos. (Eleazar Díaz Rangel, 2007).

### **3.3 Definición de periódico**

Olga Dragnic define el periódico como aquella publicación que tiene determinada periodicidad en su salida, menor de un año y de duración indefinida. Además, señala que los periódicos poseen ciertas características en su diseño, que les hace tener una presentación más modesta que la de una revista. La UNESCO especifica que el periódico debe ser impreso, editado en el país y ofrecido al público. También detalla que el periódico debe tener las siguientes características: debe publicarse en serie continuada y bajo un mismo título, periodicidad regular o irregular inferior a un año y cada ejemplar de la publicación debe traer la fecha y la numeración. (Olga Dragnic, 2006. P. 200) Abraham Moles define el periódico de la siguiente manera: “El periódico, cuyo prototipo es el diario, consiste en una hoja impresa a bajo precio, difundida a partir de un centro, mediante por número o envío postal, que materializa una selección de sucesos particulares considerados dignos de interés para el público” (Moles, 1975. P. 137) (Olga Dragnic, 2006. P. 200)

Ana Isabel Díaz Cobo en su tesis de licenciatura “Diseño Soft en el periódico” (2004), de la Universidad de las Américas Puebla, México; define el periódico “como el medio directo de comunicación con carácter informativo que hace llegar al lector los acontecimientos diarios de una forma veraz, clara, objetiva y gráfica. Todo esto a través de las diversas secciones que lo conforman, las cuales van dirigidas a diferentes tipos de público a través de su diseño”. Ana Díaz profundiza y

explica que el periódico emplea un código periodístico, libro de estilo, que contiene las normas a seguir durante la tarea de transmitir la información, a través de palabras e imágenes con las que se elabora el mensaje, con una forma característica. Para cumplir su función social, el periódico debe tener una unidad idiomática, un vocabulario reconocido, pero esto además, con la finalidad de que sea un servicio informativo ofrecido por una empresa periodística, es diseñado como un producto, que se vende igual que otros productos que se encuentran en el mercado. (Ana Díaz, 2004. P. 4)

### **3.4 Características del periódico**

Ana I. Díaz (2004) resume las características del periódico de la siguiente manera: Capacidad de llegar a los más diversos públicos, Medio que se distribuye con mayor rapidez en relación a otros, medio formativo e informativo, tiene diversas capacidades informativas, de entretenimiento, genera opinión pública en el lector, difunde publicidad, su diseño se basa en el uso de la tipografía y gráficos editoriales en una adecuada distribución en el formato, debe contener diseños o elementos gráficos simplificados que faciliten y persuadan la lectura, el contenido debe ser claro y conciso como complemento del diseño.

Ahora bien, luego de lo anteriormente expuesto es necesario tener una visión de lo que implica el diseño, como un elemento importante para atrapar al receptor del mensaje que transmite el periódico.

### **3.5 El Diseño gráfico en la composición de un periódico**

Un elemento importante en un periódico es la manera como son presentados los contenidos, para que los mismos resulten atractivos a la lectura. Es por ello, que el diseño gráfico aplicado al diseño de medios impresos resulta de gran valor para garantizar la lectoría del medio, y en especial para este trabajo de investigación, en el

se proponen cambios en la disposición de los elementos informativos y demás elementos en el periódico universitario “Tierra de Nadie”, como una forma de posicionarlo en la audiencia a la cual va dirigida.

### **3.6 Conceptualización del Diseño gráfico del periódico**

Elsy Torres en su trabajo de licenciatura “Tal Cual, Identidad Gráfica. 2002. UCV”, refiere al diseño gráfico desde la descripción del término en el Diccionario Enciclopédico Larousse, el cual define el diseño como, la delineación de una figura, así como la descripción o bosquejo de alguna cosa hecha con palabras; y como disciplina, implica la función de armonizar el entorno humano desde la concepción del objeto de uso común hasta el urbanismo. Así mismo, Elsy Torres, tomando la definición del Diccionario de publicidad y diseño gráfico, de Rafael Proenza (1999), plantea el diseño como “un proceso de creación visual con un propósito específico, práctico; la expresión visual de la esencia de un mensaje o producto” (P. 136).

Hermann Blum define el diseño gráfico, como a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual. Es el arte de hacer libros y revistas, anuncios, envases o folletos. En tanto que sobre el profesional del diseño gráfico, el término diseñador gráfico, creado y difundido por el norteamericano William Addison Dwiggins, no se utilizó hasta 1922, aunque pueden encontrarse ejemplos, incluso antes de los tiempos finicios, quienes idearon el alfabeto para representar gráficamente el lenguaje hablado, a.C. A medida que se extendió el uso de la palabra escrita aumentó la necesidad de organizar correctamente el material creado, lo que dio pie al surgimiento del diseño. Los primitivos sistemas de escritura en columnas o filas revelan el empleo de una cuadrícula elemental para organizar la página y facilitar la comunicación. (Hermann Blume, 1989)

En el libro “Curso de diseño gráfico, de la Editorial Educar Cultura Recreativa, expone que el Diseñador gráfico es el profesional que se expresa

mediante la comunicación visual, es decir, mediante el signo. Es una combinación de artista (con la capacidad de observación y de síntesis, de asociación y de invención, de metamorfosis del pintor) y diseñador. Utiliza la imaginación y la complementa con la cultura y la experiencia para crear. Se le puede llamar creativo, visualizer, director artístico, fotógrafo, escenógrafo, director de spots publicitarios y el retocador.

Alan Swan, en su libro “Bases del Diseño Gráfico”, de la Editorial Gustavo Gil, S.A., 1990, la función del diseñador consiste en resolver problemas de comunicación relativos a productos, conceptos, imágenes y organizaciones, y esto debe lograrlo de forma original y precisa.

### **3.7 El diseño editorial, diseño de periódicos**

Parafraseando a Reinhard Gäde (2002), es el diseño gráfico el que logra conjugar el texto (cuerpo) con las imágenes (el alma). Así mismo, para llevar a cabo esta labor se debe ser un buen diseñador, que como lo afirma Edmund Arnold (1989) puede producir un periódico de actualidad y atractivo, contemporáneo, y debe resolver los tres problemas continuos del periódico (la mecánica de la lectura, la psicología de la lectura, la economía de la tipografía).

En su libro “Diseño de periódicos. Sistema y método”, Gäde nos explica que el diseño periodístico aparece después de los años 60 y 70, época donde solo se preocupaban de ir colocando los textos y las imágenes sin ningún tipo de jerarquía a lo que se le llamaba confección periodística. El objetivo era ir cubriendo página tras página para pasar a la impresión. El tiempo, por tanto, era el principal enemigo de la confección<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Buenas tareas.com. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Dise%C3%B1o-De-Peri%C3%B3dicos-Reinhard-G%C3%A4de/7158.html>

Dentro de las etapas que comprenden el diseño de periódicos se encuentra, el boceto, que son versiones del diseño a escala reducida; cuidar que la superficie del área de diseño llene la forma; la elección del tipo adecuado para el diseño; la adición de un único color a los títulos; adición de colores al texto; la utilización del color en títulos y texto; conjunción de tipos y las ilustraciones; conjunción de tipos y fotografías (Alan Swan, 1990).

Pero, estas etapas como lo expone Díaz Cobo, A. I. (2004) en su trabajo de licenciatura *El Diseño Soft en el periódico*, implican “diseño gráfico, creatividad y comunicación” para que sea coherente desde la primera página hasta la última. “En el diseño de un periódico moderno implica mucho más que control de la tipografía. Requiere de amplios conocimientos periodísticos, una sólida comprensión de la arquitectura de la publicación con múltiples secciones, y por último, una conciencia de la marca y posicionamiento en el mercado global”. En fin, el diseño eficaz de un periódico como lo expone Lockwood (1992) debe seguir una planificación.

### **3.8 Elementos del diseño periódicos**

Entre los elementos a tomar en cuenta en el diseño de periódicos se encuentra: el equilibrio, el ritmo, y la armonía.

**a. El equilibrio:** Es el plano del diseño que plantea la existencia de un centro de gravedad entre dos pesos, que afecta visualmente a la observación. (Proenza, 1999, citado por Elsy Torres, 2004, P. 23). La creación de equilibrio se puede lograr a través de la simetría, agregando cierta desigualdad, y un juego de tensiones. (Elsy Torres, 2004. P. 23). Se puede provocar tensión y foco visual, con el peso de los objetos, y su ubicación. Se puede usar el aislamiento, donde una figura que quede en el vacío o rodeado de blanco. También, puede hacerse con el color, tomando en cuenta que los colores claros prevalecen sobre los oscuros. (Amheim, 1979, citado por Elsy Torres, 2004. P. 25)

**b. El ritmo:** En el diseño gráfico el ritmo es el manejo que el realizador le da a las formas de un diseño abstracto para expresar una idea preconcebida. Para ello, Proenza (1999) afirma que hay que aprovechar las direcciones: paralelas, similares, contrastadas, radiadas, etc. Además, de los espacios entre las formas, lo ancho y lo estrecho. Según Giorgy Kepes (1979) citado por Elsy Torres en su trabajo de licenciatura (2004), los elementos básicos de organización de los elementos para lograr el ritmo en el diseño son: proximidad, semejanza o igualdad, continuidad, y cierre.

**c. La armonía:** La armonía plantea la proporción y la concordancia de unas cosas y otras. La condición para lograr la armonía radica en la organización sencilla, otorgando el valor exacto a las piezas utilizadas, en respuesta a necesidades que dirigirán la visual del ser humano.

### **3.9 El diseño gráfico y sus orígenes**

Para conocer de dónde surge la idea de la utilización del diseño gráfico debe remontarse a los inicios de la comunicación visual, y a la estética del arte y del diseño.

#### **3.9.1 La comunicación visual como base del diseño**

La base del diseño está radicada en la comunicación visual. Elsy Torres (2002) explica cómo el mundo que conocemos se ha construido visualmente. Expone que gran parte de los inventos y descubrimientos que se conocen hoy en día, se originaron en bocetos, como una representación de la realidad. La comunicación visual forma parte de la evolución del hombre, a través de imágenes, abstracción y simbolización, desarrollando el lenguaje verbal formado mediante imágenes, pasando por los fonemas hasta llegar al alfabeto.

Según Giogy Kepes en su obra *El lenguaje de la visión* (1976), la comunicación visual es uno de los medios que une al ser humano con su conocimiento, utilizando el signo como la unidad mínima de sentido que aporta significado visual al símbolo, siendo el símbolo el elemento material que sustituye a un ente ausente, que si es real se representa por imágenes y si es intangible se valoriza. Y además, hace uso de la señal, que imita a un algo, pero, sin desarrollar su significación. Es así como, la aceptación y comprensión de cada uno de los elementos antes mencionados, y llegando todos al acuerdo de emplearlos, ha hecho posible que funcione el sistema de comunicación humano. (Elsy Torres, 2002)

El ser humano usa la imagen para comunicarse visualmente, entendiendo que la palabra imagen, proviene del latín *imago*, y que viene de la raíz *imitare*, se trata de la representación en forma de figura (visible o audible) de un modelo original existente; se clasifica en imagen visual e imagen gráfica (Proenza citado por Elsy Torres, 2002, P. 18). La imagen visual reproduce las apariencias ópticas de los elementos de la realidad, aún abstracta, no realista (íconos)” y la imagen gráfica es “un grupo de imágenes visuales materiales de dos dimensiones generadas por medios artificiales como los grafismos, ilustraciones, tipografía, informática, etc.” (Proenza, 1999, P. 222)

Ahora bien, el reconocimiento de las imágenes no implica solamente la percepción por medio del sentido de la vista, esa percepción visual del objeto es una actividad cognoscitiva, que significa que la mente participa en la captación del objeto, almacena y procesa la información que toma de él (Elsy Torres, 2002). Entonces, la imagen absorbe y contiene en su sentido más de mil palabras, pues además de hablar de sí misma ocupa un lugar dentro de un todo (Arnheim, 1979).

Pero todos los elementos mencionados, signo, símbolo, imagen, no comunican lo que se quiere sin la elección del enfoque estético adecuado, que debe guardar relación con el mensaje, con el público receptor, para lograr la efectividad del

mensaje, que generará la reacción del público. Es allí, cuando la comunicación visual se va a sustentar en el uso de códigos para transmitir información. Se manifiesta entonces, a través del punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la dimensión, la escala, el movimiento, etc. (González, 1989, citado por Elsy Torres, 2002, P. 21)

Pero, a la hora de presentar mensajes visuales efectivos, es necesario una disposición gráfica, sin redundancias, ni desperdicios (Elsy Torres, 2002). Por ello, en la composición de discursos basados en construcciones gráficas, es necesario tomar en cuenta, el contenido y la forma, porque como bien lo expone Elsy Torres (2002), “la atención del lector es capturada, en principio, por la forma como se representa el mensaje y reforzada luego por la fuerza del mensaje”. (P. 22)

### **3.9.2 La estética, el arte y el diseño**

El Catedrático de Estética y Teoría de las Artes, Wenceslao Rambla, señala que el término estética salió publicado por primera vez en el siglo XVIII por Alexander G. Baumgarten en su tesis doctoral *Meditaciones de nonnullis ad Poema pertinentibus*, publicada en el año 1735, en la cual aparece la palabra “estético”, derivado del griego “aisthesis”. Luego fue popularizado el término cuando se publica en 1759 y 1758 dos volúmenes de *Aesthetica*. Otros autores, como Román de la Calle señalan dos focos de atención sobre la estética: la cuestión de la belleza y el problema del arte. Por su lado, Jorge Luis García Fabela, expone que el diseño gráfico no se encuentra dentro de las Bellas Artes: “El diseño, al igual que el arte, comunica, a través de una estética. El diseño gráfico desde su origen como arte comercial requiere del dibujo, de la pintura, la fotografía y caligrafía para realizar sus imágenes y textos”.<sup>35</sup> Ahora bien, después de varios cambios sociales y culturales, con la revolución industrial, surgió una conexión entre la estética y el diseño, en la

---

<sup>35</sup> Jorge Luis García Fabela, El diseño gráfico como arte visual, <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-como-arte-visual>.

cual además de valorar su función práctica, se aprecia lo bello; como diría André Ricard, el buen diseño debe ser bello y eficaz<sup>36</sup>.

La evolución siguió con el diseño moderno que encontró su punto de partida luego de la revolución industrial y con la aparición de la litografía en el siglo XIX, cuando la cantidad de material impreso aumentó de manera exponencial, perdiendo fuerza los métodos tradicionales de diseño y producción de libros. Para el año 1856, se buscó satisfacer más la necesidad de los consumidores con nuevos y variados productos, en serie, de baja calidad y estética cuestionable; lo cual provocó que en 1890, en Inglaterra, reacciones contra la escasa calidad y producción en masa de la época, surgiendo así el movimiento arts and craft. Algunos diseñadores de la época se dedicaron a la tipografía y al diseño de libros; otros a la xilografía japonesa, contrastando lo natural de lo geométrico; debía diseñarse el todo con armonía entre todos sus elementos internos y externos, visión apoyada por el movimiento modernista, que nació en Francia a finales del siglo XIX (Hermann Blume, 1989) Por otra parte, la maquetación de libros y la aplicación de nuevas fuentes sin remate, fueron técnicas introducidas por Peter Behrens, que luego junto a Mathieu Lauweriks utilizarían recursos para unificar el diseño y la arquitectura.

La mayor parte de los movimientos artísticos de principios del siglo XX rechazaron la fluidez de las formas orgánicas y los motivos ondulantes del modernismo; para luego verse el lenguaje del diseño gráfico influenciado con la violencia de la guerra en Europa durante las dos primeras décadas del siglo; además de las influencias del cubismo, el futurismo, dadá, surrealismo y el constructivismo ruso. (Hermann Blume, 1989). Al finalizar la guerra en Europa, los diseñadores y arquitectos concentraron su atención en la reconstrucción y el progreso. Surgió entonces, la escuela de la Bauhaus, que se esforzó por unir arte e industria,

---

<sup>36</sup>Rambla, Wenceslao, La estética y el diseño. Rescatado el 15 de septiembre de 2011, de: [http://books.google.es/books?id=UNjF95Y8Yr4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summ ary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=UNjF95Y8Yr4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summ ary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

convencido de que la industrialización ofrecía excelentes oportunidades al artista y a la vez de que sólo las ideas más brillantes justificaban la producción en masa. La Bauhaus introdujo muchas ideas innovadoras en el diseño gráfico, en áreas de la creatividad, en la organización del texto en cuerpo y densidad desde lo más importante hasta los detalles, y en el empleo de tipos sin pie de letra. (Hermann Blume, 1989) Una figura importante de los años treinta en el diseño gráfico fue el tipógrafo alemán Jan Tschichold, que adoptó ideas de la Bauhaus y creó a partir de ellas un estilo propio más refinado, con inclusión de fotografías en diseños en los que hasta entonces solo se habían utilizado ilustraciones. En los años cincuenta, los diseñadores suizos desarrollaron lo que se llamó Estilo Tipográfico Internacional, siguiendo las ideas propuestas por Tschichold, fue así como surgió el tipo Univers, uno de los tipos más utilizados en la actualidad, sin pie de letra, que permitía legibilidad y orden. Además, de que este grupo de diseñadores innovaron en lo que es la alineación de textos sin justificar. (Hermann Blume, 1989)

Mientras tanto en los Estados Unidos se desarrolló la escuela norteamericana de expresionismo gráfico, donde se trabajaba a través de procedimientos intuitivos y pragmáticos y menos formal que en Europa. Esta escuela combinaba el collage, el fotomontaje, la caligrafía, los símbolos y otros elementos. Por su parte, los artistas pop convirtieron el rock, las drogas psicodélicas y los lemas contrarios al sistema, en motivos dominantes de carteles creados para protestar contra la guerra, la represión, el machismo y otras injusticias sociales. Así pues, los años 60 se caracterizaron por una conciencia más universal del diseño con la redundancia en los elementos simbólicos. Posteriormente en la década de los 70 floreció en Suiza un movimiento postmoderno que se replanteó el limpio Estilo Tipográfico Internacional, incorporando la espontaneidad y efectos sugestivos visuales del diseño norteamericano. Esto se revela en el abandono del sangrado inicial del párrafo, se permitieron cambiar de cuerpo a medias de un texto, aumentaron la separación entre letras y diseñaron nuevos tipos en respuesta a la nueva tecnología.

Desde la Bauhaus, el diseño gráfico hizo suyo la maquetación asimétrica, fotomontaje y tipografía de palo seco, compuesta por formas asimétricas, y organización geométrica de la información. Los límites del diseño gráfico se ampliaron para cubrir las necesidades de las grandes compañías industriales y de las agencias de publicidad. Ahora, con los sistemas de creación de gráficos por ordenador y los nuevos medios visuales se ha constituido un nuevo lenguaje que ha abierto el mundo a diferentes experiencias, que implican nuevos desafíos para el diseñador gráfico. A finales de los años 70' y principios de los 80', el diseñador toma conciencia de su profesión. El diseño se independiza de la arquitectura y retoma su función social y su relación con la industria. Así surgió el Nuevo Diseño, movimiento orientado a la expresión del espíritu de la época. La línea de separación entre el arte y el diseño desapareció, llegando a exponer muchos de estos objetos en galerías como si fuesen obras de arte. (Hermann Blume, 1989)

En la actualidad el diseño abarca, cada día más, los diversos aspectos de la vida cotidiana y del entorno. El diseño es una disciplina que no sólo se dedica a la configuración de formas. El diseño ya no se proyecta a partir de la función del objeto y de su desarrollo industrial, ni de la significación de éste, sino más bien, de nuevas relaciones que se establecen entre el ser, el objeto y su entorno inmediato. Relaciones que surgen a partir del lenguaje y de la evolución de la tecnología. (Hermann Blume, 1989)

### **3.10 Confección de un periódico**

En la confección de un periódico el diseñador gráfico debe considerar que el periódico es un producto de consumo masivo (Arnold, Edmund C., 1989. P. 33), y por ende, para lograr que las personas lo lean, deben aplicarse técnicas que son utilizadas en mercadeo para vender cualquier otro producto, y así competir con el resto de las publicaciones que comparten el nicho de mercado. Así mismo, la disposición de los elementos a través de un diseño exitoso, debe crear espacios de

confort, donde el lector pueda hacer una pausa, pasar la página, meditar, y asimilar la información que se le ha presentado. (Lockwood, 1992, citado por Elsy Torres, 2004)

Para Martín Aguado (citado por Elsy Torres, 2004) cada elemento de la página (título, textos e ilustraciones) debe estar claramente organizado para evitar la dispersión del lector (P. 62). Para lograrlo, en el proceso de confección de un periódico se toman en cuenta, elementos de composición y elementos estilísticos. (Ana I. Díaz Cobo, 2004. P. 10).

### **3.10.1 Elementos de composición que conforman un periódico**

En el instante de disponer y organizar los elementos para componer el periódico, es recomendable el manejo de las reglas del lector mencionadas que están basadas en el “Diagrama de Gutenberg” o Proceso de exploración. Este diagrama explica que, el lector tiende a dirigir su mirada a la esquina superior izquierda como punto de partida de su lectura, y en ese mismo punto, debe encontrarse la principal área óptica, conocida como POA. Es allí, donde debe colocarse algo que llame la atención. Luego, cuando el ojo llega a la esquina inferior derecha, la lectura ha terminado, el lector ya está en el área terminal o TA; y estará listo para dar vuelta a la página. (Edmund C. Arnold, 1989. P. 37).

Los componentes imprescindibles de un periódico que deben cuidarse para atrapar al lector son el texto, la imagen, el formato y el sustrato. (Ana I. Díaz Cobo, 2004. P. 10). El diseño debe generar el interés en la página combinando los elementos constitutivos arriba mencionados y al mismo tiempo debe permitir al lector encontrar lo que busca, organizando y ordenando los contenidos hallados en su interior. (Contreras y San Nicolás, 2001)

**a. El Sustrato:** El sustrato es el soporte del que se vale el periódico para existir y plasmar en él las informaciones. En el caso que le compete a los objetivos de

esta tesis, por ser una publicación impresa, el sustrato considerado es el papel. Este soporte posee características que le son particulares como: peso, opacidad color, textura, dureza, firmeza, resistencia a la luz y a la humedad, entre otras. (Ana Díaz, 2004)

**b. Formato:** El formato de un periódico se refiere al tamaño adecuado del papel de acuerdo a su función y público, así como la colocación del texto dentro del papel. Los formatos más comunes para un periódico son el Tabloide, que permite facilidad en su manejo y contiene noticias breves. El otro formato es Sábana o Estándar, que puede admitir una portada más atractiva que el tabloide, mayor número de páginas, diversidad de secciones, y el uso de distintos números de columnas. (Evans, 1984). En este punto debe considerarse que, la escogencia del formato está íntimamente ligada al presupuesto de producción que se tenga disponible para el periódico. (Ana I. Díaz Cobo, 2004).

Ana Díaz en su trabajo de tesis expone de manera sucinta el origen de ambos formatos mencionados anteriormente. En sus páginas señala que los primeros periódicos eran publicados en tamaño carta (21x28 cm), pero luego aumentaron de dimensión para evadir impuestos, como se dio en los periódicos británicos, siendo imitado por el resto. (Ana I. Díaz Cobo, 2004). En cuanto al “Tabloide”, por ser la mitad de la sábana, se pudo adaptar mucho mejor a las máquinas ya existentes, solo había que realizar un doblado adicional especial (Turbull Baird, 1986. P. 12). Este es el formato del Periódico Tierra de Nadie, objeto de estudio de este trabajo de investigación, por lo cual posteriormente será tratado con un poco más de profundidad.

**c. Texto:** La elaboración de periódicos cuenta no solo con un equipo que se encarga de la forma, existe un grupo de profesionales que se dedica a la elaboración de textos y contenidos, que finalmente serán integrados técnica y gráficamente en los periódicos. El perfil del redactor viene determinado por su capacidad de dar buenos

resultados en poco tiempo y por ello, es sometido a altas dosis de presión. (Ana I. Díaz Cobo, 2004). De igual manera, el redactor podrá mostrar los contenidos empleando los géneros periodísticos: noticias, reportajes, crónicas o artículos y entrevistas. Mr. Billings, sabio bibliotecario de Washington, citado por Santiago Ramón y Cajal en el libro “Géneros periodísticos” (1990) señaló reglas esenciales para todo el que escriba para un periódico: “1° tener algo nuevo que decir; 2° decirlo; 3° callarse en cuanto queda dicho; y 4° dar a la publicación título y orden adecuados”.

**d. Imagen:** La parte ilustrativa del periódico viene representada por la fotografía periodística y el arte manual. (Ana Díaz, 2004. P.19)

- **La fotografía periodística:** La fotografía es muy importante para marcar el estilo y carácter de un periódico. Es un elemento que puede marcar la experiencia del lector, al conjugar eficazmente, la técnica, la necesidad y el instinto para producir una fotografía de actualidad. La fotografía entonces, servirá como punto de referencia para el periodismo. (Colombo, 1998)

Ana Díaz entrega una interesante clasificación de la fotografía periodística, que se ofrece a continuación:

•**Noticias spot:** toma de la escena de un acto eventual. Influye el factor suerte, para presenciar un suceso espectacular.

•**Fotografía planeada:** Son las más usadas en el periodismo y resultan de tomar un momento en un evento continuo. En estas se puede escoger el escenario y agrupar el número de participantes que se deseen. Otras pueden ser semiplaneadas, que aunque se conozcan algunos datos, surge la verdadera acción en algún momento de improviso.

•**Retrato:** algunas de las tomas pueden ser concedidas por el sujeto y otras son tomadas en el momento preciso y oportuno.

•**Enterprise shot:** requiere de la habilidad del fotógrafo para reconocer el momento oportuno y hacer la toma de la escena en la cual se encuentra por coincidencia.

- **El arte manual:** Este se encarga de comunicar las noticias empleado una ilustración y/o una infografía, para explicar mejor al lector un hecho informativo. (Ana Díaz, 2004. P.21)

**e. Ilustración:** Es el conjunto de figuras impresas en libros, periódicos, revistas, entre otros, para explicarlos o embellecerlos, reproducidas de un original en dibujo o fotografiado por cualquier procedimiento (Martínez de Sousa, 2002). Hay momentos en los que resulta difícil realizar una fotografía, en esos casos cobra su valor la ilustración. Para realizar una ilustración se emplean elementos tales como; la acuarela, acrílico, tinta china, carboncillo, lápiz, óleo, pastel, entre otras cosas. Entre los ejemplos de ilustración se ubican: grabados, litografías, collages, dibujos, entre otros. (Ana Díaz, 2004. P. 20)

**f. Infografía:** La infografía hace posible que el lector pueda ver este elemento y entienda de un vistazo de qué se trata la información suministrada en la página del periódico, mediante la estimulación del pensamiento visual (Ana Díaz, 2004. P. 21) La infografía es un arte que expone, que interpreta, como: mapas, gráficas, esquemas y diagramas (Arnold, 1985). Según lo expresado por Contreras y San Nocolás (2001) citado por Ana Díaz (2004) la infografía ha permitido una fase de renovación de la prensa actual, introduciéndola en el mundo del periodismo iconográfico. Infografía ha evidenciado el consumo de imágenes más que de textos, con el aprovechamiento del desarrollo tecnológico (ordenadores y programas de edición de imágenes) para dar ciertas noticias a través, de una infografía más que por

el discurso oral, siempre y cuando contenga información además de ilustración. (Ana Díaz, 2004. P. 21)

La infografía entonces, es un recurso que puede ser usado por los periódicos para mantener cautivo a un público que no le basta con lo que ha oído en la radio, o visto por la televisión, y que siempre esta buscando más información y mejor. (Reinhard Gäde, 2002)

**g. Siderbars:** Los siderbars son recuadros de lectura rápida, por medio de los cuales se reseñan los hechos sobresalientes con rapidez, a través de comparaciones, cronologías, momentos culminantes, perfiles, evoluciones en el tiempo, u otras. Este recurso brinda claridad en lo que sucedió, brinda información tabular fácilmente comprensible. Así lo expresa el escritor Hal Buell, de la Associated Press, citado por Turnbull y Baird (1986) y agregado en su trabajo de licenciatura por Ana Díaz (2004)

### **3.10.2 Elementos estilísticos**

Los elementos estilísticos ubicados de manera armónica, constituyen una parte importante dentro de la dinámica informativa y comunicativa de los periódicos. Estos elementos estilísticos son, el formato, la retícula, la tipografía y el color (Ana I. Díaz Cobo, 2004. P. 8)

**a. Formato:** como elemento estilístico está basado en una estructura rectangular, que permite la facilidad de manejo, economía de papel, producción adaptada a la tecnología y a razones antropológicas derivadas de la tradición cultural, resolviendo el aspecto del espacio visual. El formato de los periódicos está determinado por las extensiones de los brazos y los espacios donde habitualmente se leen los diarios. Existen dos tipos importantes de formatos: estándar (también llamado universal, grande, sábana) y tabloide. Las medidas aproximadas de un

periódico estándar son 34 por 54, y de un tabloide 27 por 38. (Ana I. Díaz Cobo, 2004. P. 8)

En los primeros tiempos, la presentación y tamaño de las páginas de los periódicos se asemejaba mucho a la de los libros, todas llenas de textos, adornos de orlas, bigotes, capitulares o viñetas, y compuestos a una o dos columnas. Posterior a esto, el periódico adquiere un tamaño mayor, un poco más pequeño que el tabloide, a cuatros páginas, con la presencia rigurosa de textos y de imágenes, una pauta o contenido único para todas las páginas y un concepto objetivo en la presentación del tema. (Wilson Agudelo Sedano, 1995. P. 28)

**b. La retícula:** Es una forma de presentar juntas todas las piezas: imágenes, símbolos, campos de texto, titulares, tablas de datos, con el fin de comunicar. Para muchos diseñadores es una parte inherente al trabajo de diseñar. La retícula puede ser flexible u orgánica, o bien rigurosas y mecánicas. (Timothy Samara, 2008. P. 22)

Una retícula aporta a la maquetación un orden sistematizado, distinguiendo los diferentes tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido. Así mismo, la retícula permite que muchas personas puedan trabajar en un mismo proyecto a lo largo del tiempo, sin afectar las características visuales propias de la publicación. (Timothy Samara, 2008. P. 22)

La retícula consiste en una rejilla o cuadrícula donde se ordena el espacio, de acuerdo a las medidas tipográficas elegidas. El espacio se divide en campos o módulos, cuya altura depende del número de líneas de texto y su anchura equivale al número de columnas, determinadas por el diseñador. Los campos se dividen entre sí por líneas horizontales llamadas vacías; y las líneas verticales denominadas medianil. (Contreras y San Nicolás, 2001, citados por Ana Díaz Cobo, 2004)

Elementos de la retícula según Timothy Samara, (2008):

- Las columnas: son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes.

- Los módulos: son unidades individuales de espacio que cuando se repiten en el formato, crean columnas y filas.

- Los márgenes: son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido.

- Las líneas de flujo: son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas sirven de guía para disponer espacios de descanso para imágenes o texto.

- Las zonas espaciales: son grupos de módulos donde pueden ser claramente ubicado, tanto texto como imagen.

- Los marcadores: son indicadores de posición para texto subordinado o repetido, como folios explicativos, títulos de sección, los números de página, entre otros.

- Los corondeles: líneas finas utilizadas entre las columnas de una página

**c. Tipografía:** Los primeros tipos de letra usados en titulares fueron romanas, negritas, caja baja, como por ejemplo en los diarios *The Daily Courant* (1702) y *The Evening Post* (1710). Luego se pasó a letras negras y en mayúsculas, y posteriormente al tipo paloseco, tipo relacionado con el sensacionalismo en los tabloides (Evans, 1984. P. 45)

En cuanto al diseño de la tipografía, a comienzos del siglo XX, se utilizaron letras gruesas y con presentación simétrica. El tipo Sans Serifs innovó al utilizarse para hacer legibles los anuncios, carteles y rótulos comerciales. En la actualidad este tipo de letra es el preferido por los anuncios publicitarios, revistas y muchos tabloides. (Ana Díaz Cobo, 2004. P. 96)

Entre los usos de la tipografía se mencionan (Ana Díaz Cobo, 2004. P. 96):

- Documental: hace referencia al texto pero sin importar el tema. Ejemplo: documentos legales, volantes.
- Analítico: la familia tipográfica requiere de un análisis de las necesidades del diseño o del cliente. Ejemplo: periódico, página web, libro.
- Conceptual: empleo de una tipografía que refleje un concepto específico. Ejemplo: logotipos, publicidad.
- Expresivo: manejo de detalles en la tipografía para que el lector vuelva. Ejemplo: carteles, páginas soft.

La tipografía empleada en un periódico otorga una gran riqueza visual, sobre todo cuando se hace uso de las variables de cada familia tipográfica: mayúsculas, minúsculas, versalitas, negritas, cursivas, entre otras. (Ana Díaz Cobo, 2004. P. 96). Edmund Arnold sostiene que la tipografía es hoy día una búsqueda de legibilidad. Tal vez por ello, el tamaño usado en los periódicos, generalmente es de 8 puntos, es decir 1/9 pulgadas. (Edmund C Arnold. 1989. P. 44). Existe una gran variedad de tipo, romana antigua, romana moderna, itálica, gótica o sinserif, bodoni, Times New y Franklin Gothic (Albert Sutton, 1963)

**d. Color:** El color, una cualidad que solo le era otorgada a las revistas, es hoy en día común observarlo. Al hacer un poco de historia, el primer periódico en usar el color fue el “New York Journald” en 1897, con la publicación de bosquejos de Frederich Remintong (Edmund C. Arnold, 1989. P. 148)

Existen dos clases de color: los cromáticos (colores diversos) y los acromáticos (el negro, el blanco y el gris) (Edmund C. Arnold, 1989. P. 148). Cuando se observa una página de periódico, se pueden distinguir en cuanto al color, el blanco del papel, el negro de los titulares y el gris del texto continuo de información. (Ana Díaz, 2004. P. 13)

Las páginas de color ofrecen un mundo de posibilidades gráficas, pero el uso de las mismas requiere un especial cuidado para que los colores no se superpongan, se vean una imagen sucia y se pierda el efecto que se quería dar. Por ello, vale destacar lo que dice Gäde, debe existir una comunicación estrecha con los técnicos de impresión, poseer una paleta de colores propia, que permita la graduación de colores pálidos para los fondos y textos en positivos; y sobre fondos con color intenso, textos en negativo. (Reinhard Gäde, 2002)

### **3.10.3 Elementos decorativos o de ornato**

Ana Díaz (2204) define a estos elementos como el grupo de adornos que puede llevar un periódico sin que sea necesariamente ilustraciones del texto. Algunos de estos elementos pueden sustituirse por espacio en blanco, espacio libre que le dé amplitud al diseño de la página. Algunos de estos elementos son:

- Plecas: es un ornamento tipográfico utilizado para inyectar color, se deja caer entre párrafos, como separación entre columnas, de noticias o notas diferentes.

- Inicial decorativa o capitular: es un recurso que fue usado originalmente en la Biblia de Gutenberg. Generalmente tiene una altura que equivale a dos o tres líneas del texto tipo que la rodea.

### **3.11 Producción gráfica del periódico**

En los orígenes de los diseñadores de periódicos se ubican el tipógrafo-cajista, quien componía los textos uniendo uno a uno los tipos sueltos. Después, surgió el levantamiento mecánico de textos por los linotipistas que no sólo permitió rapidez sino mejoró la calidad de la estética periodística. Luego le siguieron los tipeadores operarios de las Friden, de los pantallistas de las Compugraphics y,

actualmente, los diseñadores como se conocen hoy, con la autoedición digital. (Wilson Agudelo, 1995. P. 44)

En la actualidad, los diseñadores se liberaron de los intermediarios (linotipistas o fotocomponedores, fotomecánicos, separadores de color) y pueden controlar directamente el proceso de producción de sus diseños gracias a la autoedición digital. Hoy por hoy, las Salas de Redacción cuentan con programas de edición computarizada, tienen una amplia variedad de aplicaciones desde el procesador de texto con miles de fuentes tipográficas, tratamiento de color con paletas cargadas de miles de tonos, bancos de figuras e imágenes de todo tipo, programas para manipular fotos e imágenes con resultados asombrosos, etc. (Wilson Agudelo, 1995. P. 44)

### **3.11.1 Maquetación del contenido dentro de la retícula**

En la composición gráfica del periódico, el diseñador debe seguir dos fases importantes. La primera fase consiste en desarrollar una retícula, teniendo en cuenta la existencia de múltiples tipos de información, la naturaleza y la cantidad de las imágenes. Además, deberá enfrentar los problemas que en la maquetación se vayan presentando, como títulos demasiado largos, el encuadre las imágenes o los puntos muertos cuando se ha agotado el contenido de una sección determinada. En esta etapa se establece el número de columnas y la cantidad y disposición de los módulos de la publicación. (Timothy Samara, 2008. P. 24)

La segunda fase consiste en maquetar el material de acuerdo con las guías establecidas por la retícula, pero conservando la vitalidad en la creatividad de la composición. (Timothy Samara, 2008. P. 24). En la actualidad esta composición se realiza en ordenadores a través de programas de diseño. Esta composición requiere del cálculo de espacio que ocuparan los textos, imágenes y disponer todos los elementos dentro de la retícula.

El procedimiento de composición que expone Edmund Arnold (1989), consiste en: 1) colocar el módulo con el nombre del periódico; 2) Poner algo que atraiga la atención e el POA; 3) Colocar un elemento potente en la esquina superior derecha; 4) Anclar al área terminal; 5) Anclar la esquina inferior derecha; 6) Disponer un elemento inmediatamente del que ya se encuentra en el POA; 7) Llenar cualquiera de las aberturas que se encuentran en la parte superior de la página, y 8) Llenar la plana completamente, trabajando de izquierda a derecha, hacia el centro.

### **3.11.2 Elementos de maquetación**

**a. Páginas:** La portada o primera página es considerada la "vitrina" donde se exhibe lo más valioso que contiene la edición, pero esta era desconocida hasta mediados del siglo XVIII. Luego en 1770, en el Morning Chronicle era común vender la portada a la publicidad, dejando a las demás páginas las notas internacionales, y después la información de Londres en la que se incluían los anuncios del propio periódico. Este modelo de portada lo utilizó apenas treinta años atrás The Times de Londres y lo defendió como celosa política de diseño. (Wilson Agudelo, 1995. P. 72)

Albert Sutton (1963), menciona cinco estilos de confección de una página principal: 1) Confección equilibrada (por simetría); 2) Confección de contraste y equilibrio (informal, se logra equilibrando masas); 3) Confección de concentración por zonas (se le da fuerza a un artículo cada día); 4) Confección de página rota (tratamiento individual de cada elemento); 5) Convención no convencional (todo aquel que no se ajusta a ninguno de los tipos anteriores).

A la página principal le sigue en importancia la página editorial, su función es explicar e interpretar, de proporcionar un foro a la opinión pública. (Edmund Arnold, 1989. P. 240). También existe dentro de la clasificación, páginas familiares, páginas de cocina, páginas de deportes, páginas de negocios, páginas de diversiones o espectáculos, páginas cómicas, páginas para niños.

**b. Cabezal del periódico:** Para proseguir en la forma cómo se va componiendo la maqueta, en la primera página se ubicará el cabezal del periódico, este contiene el nombre del periódico, en forma de exhibición, como parte de la primera plana (Edmund Arnold, 1989. P. 90). El nombre debe ser legible y reconocible. Al nombre también lo puede acompañar un lema. Además, pueden usarse orejas, que son pequeños bloques de tipo texto colocados a cualquier lado del cabezal. (Edmund Arnold, 1989. P. 90).

**c. Folio:** En primera plana, deberá colocarse el folio, incluye la fecha, el volumen, el número y el precio. En las páginas internas también podrán ubicarse folios interiores. Debe ubicarse igualmente el número de la página, que según Edmund Arnold (1989), puede ser de 10 o 12 puntos. En cuanto a los elementos verbales del resto del folio, Edmund Arnold (1989), propone utilizar hasta 8 puntos.

**d. Rótulo:** El rótulo o indicador, representa el orgullo del periódico (Edmund Arnold, 1989. P. 102). En él aparece el nombre del periódico de la misma forma que aparece en primera plana, además de listarse los nombres del director, editor y otras figuras como, diagramador, entre otros. Aquí aparece la dirección, código postal, números telefónicos.

**e. Logos y encabezados:** Para cada sección se puede colocar un logo y un encabezado parado, estos son elementos constantes y de gran importancia. El logo es la etiqueta que identifica una sección o páginas. Los encabezados son etiquetas que identifican características regulares. Es necesario mencionar, que los logos de secciones más que decorativos son identificadores.

**f. Titulación de las informaciones:** En periodismo se llama título o titular al encabezamiento destacado, que tienen las informaciones en los periódicos. El título constituye un elemento importante en el periodismo y la tipografía moderna. Este debe exponer con claridad, de manera resumida lo más importante del material que

encabeza. (María de Jesús Rojas, 2006. P. 15). Los tipos que se seleccionan para los titulares generalmente son, la Romana moderna, la gótica y la Serif cuadrada. (Albert Sutton, 1963. P. 290),

Según Albert Sutton (1963), los títulos propiamente dichos están constituidos por dos partes: cabeza y sumarios. La cabeza es la parte principal del título y en ella se condensa lo más importante de la noticia. Los sumarios complementan el contenido informativo de la cabeza. Por otro lado se tienen los ladillos, que son pequeños títulos que se intercalan en la información para destacar las partes más importantes de ella. Estos son incorporados dentro del cuerpo de la información.

Por regla general para las cabezas se escogen cuerpos mayores que las de los sumarios. Con respecto a los sistemas de titulación, estos pueden ser de línea sencilla (ocupa una sola línea), de escalera americana (líneas sangrada, apartadas hacia la izquierda); de pie de lámpara invertido (usado en los sumarios, la primera línea completa y luego va recortando); de sangrado colgante (una variación del anterior, pero menos recortado); de igualación de entrada (esta es la más moderna, consta de una o más líneas, son más cortas que del ancho de la columna); de cabecera corrida (se extienden dos o más columnas).

Otros elementos importantes que se disponen durante el diseño de un periódico:

**g. La publicidad:** Los periódicos fueron tocados por la publicidad en 1657. En el Public Adviser se publicó una lista de ocho clases de publicidad en su primer número de 16 páginas del 26 de mayo, pero fue en el siglo XVIII cuando los periódicos vieron en la publicidad un medio necesario para salvarse y hacer frente a las cargas económicas, que cada vez crecían más. (Wilson Agudelo, 1995. P. 72)

La publicidad que se divulga en los periódicos es comunicación persuasiva, y se divide en, de exhibición y clasificada. En la de exhibición hay anuncios nacionales o anuncios de agencias, y en la clasificada hay avisos de ocasión. (Edmund C. Arnold, 1989. P. 160). Y aunque el cliente casi siempre tiene la razón por ser el anunciante quien pone el dinero, Arnold deja claro que el periódico debe educar a sus clientes-comerciantes para que tengas buenas técnicas de publicidad, ya que entre más efectivo sea un anuncio para el comerciante, mas lo será para el periódico. (Edmund C. Arnold, 1989. P. 160).

Para Albert Sutton (1963), la publicidad debe ubicarse siguiendo la forma de la pirámide, según la cual los anuncios se colocan gradualmente sobre una línea diagonal desde la base de la página al ángulo superior de salida (p. 355). La altura de la pirámide dependerá de la cantidad de publicidad que deba situarse.

En la actualidad las primeras páginas de los diarios no procuran incluir publicidad, y si la colocan suelen ubicarla en forma discreta en la parte inferior de la página. En cambio, en los periódicos en su primera página se jerarquizan los títulos con breves sumarios de las informaciones desarrolladas adentro (que es el caso más generalizado en Venezuela) o de unas pocas informaciones que contienen el texto íntegro pero con un breve índice. Además suelen destacar una foto a gran tamaño y e integrar otras fotos de menor tamaño. (Wilson Agudelo, 1995. P. 72)

### **3.12 La Impresión del periódico**

La evolución de la impresión de periódicos comienza desde la imprenta de Gutenberg, con los tipos móviles de metal, con el uso de una tinta especial, y con tipógrafos que acomodaban los tipos móviles sobre una plancha hasta darle forma a una plana completa. Cuando se requerían ilustraciones, se usaba la xilografía. Luego se utilizó la prensa de rodillo en 1810, invento del alemán Friedrich Köening,, una prensa con motor de vapor, y con impresión continua. Años más tarde se empleó la

máquina de fotolito, creada por el alemán Aloys Senefelder, en 1799, en donde se puso en práctica el sistema litográfico, que pasaría a sustituir a la xilografía. Más adelante, Nicolás Robert impulsó una máquina con sistemas de bobina para impresión continua (Aguado, 1995, citado por Elsy Torres, 2004). Estas nuevas tecnologías pronto fueron aplicadas a la elaboración de periódicos, con ilustraciones que eran dibujadas, para darle vida y fortaleza a la información de los periódicos. (Albert Sutton, 1963).

En 1846, surgió la primera prensa rotativa, de la mano del norteamericano Richard March Hoe, que utilizó el sistema de rodillos, e imprimía la hoja por ambos lados, simplificando de esta manera, el proceso a la mitad. Al inventarse el estereotipo, la prensa rotativa incluyó los aspectos que conforman hoy en día una moderna rotativa offset. Entre las otras herramientas que impulsaron a la industria periodística está el linotipo, inventado por el alemán Ottmar Mergenthaler en 1886 (Edmund Arnold, 1989). Y en 1868 en los Estados Unidos se inventó la máquina de escribir, antes de este invento las salas de redacción de los periódicos, los reporteros escribían en hojas de papel a mano sus notas informativas, mismas que eran interpretadas fielmente por los tipógrafos. Con el desarrollo de la litografía surge en 1905 el proceso offset, a través del cual un original es reproducido con aditamentos químicos sobre una lámina o placa de aluminio, que posteriormente es montada en los rodillos de la prensa donde a su vez hace contacto con una mantilla de caucho. Cuando se acciona la prensa, esta mantilla reproduce la imagen sobre el papel. A nivel mundial los periódicos comenzaron a utilizar el proceso offset a partir de 1933. (Elsy Torres, 2004)

A partir de 1970, se dio el paso al sistema computarizado de reproducción de textos, y la fotocomposición tipográfica, también conocida como sistema frío. A través de la fotocomposición computarizada, muy popular en los años 80, se obtienen páginas de gran calidad en papel fotográfico, que posteriormente son adheridas en el original conforme al formato predeterminado por un diagramador, simplificando y

mejorando la calidad. Sin embargo, no hay variaciones importantes en las prensas rotativas de 1960 a la fecha. (Elsy Torres, 2004).

### **3.13 Diseño y confección de periódicos en Venezuela**

Los primeros intentos de la aplicación del diseño gráfico en la composición se observan en La Gazeta de Caracas, con un formato y diseño que recordaba a los primeros periódicos europeos del siglo XVII, de un octavo en cuatro páginas, a dos columnas justificadas y separadas por un corondel, en tipo de letra romana, con títulos breves que se confunden con los textos, y sin ilustraciones, se producía sin atender las cualidades estéticas. De acuerdo con Carlos Abreu (1990), las páginas de aquellos periódicos nacionales usaron tres tipos de imágenes antes de la aparición de la fotografía: las viñetas, los dibujos y las caricaturas. Y hubo un avance en la composición gráfica al integrar como una unidad al título, imagen y texto. Las ilustraciones aparecen en 1843, entre las ilustraciones que destacaban estaban las caricaturas se destacaron por su proliferación y función social. (Wilson Agudelo, 1995. P. 142)

Ya a finales del siglo XIX con la imprenta, y la industria del fotograbado, la prensa venezolana logró la renovación tipográfica que ya desde algún tiempo se iba dando en Europa. Pius Schlageter llegó al país con la litografía y apareció El Cojo Ilustrado, con lo cual se abre la historia del diseño gráfico venezolano. Mientras Europa evolucionaba en el diseño industrial, a principio de los años 20, en Venezuela, el diseño gráfico era un oficio desconocido. En estos años del gomecismo, se vinculaba el diseño gráfico a las artes gráficas, de la mano de los artistas plásticos. En el año 1944, el pintor Eduardo Schlageter fundó la Asociación de Industriales de Artes Gráficas de Venezuela. Sin embargo, es a partir de los años cuarenta, cuando el diseño gráfico logra el auge como una disciplina, gracias a la llegada al país de diseñadores extranjeros como: Gerd Leufert, Nedo, Larry June, Jimmy Teale, Jhon Lange y otros. Hechos importantes de este período son la creación de la Tipografía

Vargas, que se erigirá como el inicio del arte gráfico en el país, y la consolidación del diseño periodístico, con la creación de la Escuela de Periodismo de la Universidad Central de Venezuela, en 1946, donde se llegó a impartir la materia Técnicas Gráficas, asignatura que ha ido evolucionando según las técnicas de composición que se han desarrollado, hasta llegar a los actuales procesos de autoedición. (Elsy Torres, 2004. P. 68).

Luego de pasar del sistema tipográfico, al sistema de composición en frío y luego a la impresión offset hacia los setenta, el diseño gráfico nacional a lo largo de los años ha recibido la incorporación de innovaciones tecnológicas en la composición e impresión. Se incorporó en los años ochenta, los sistemas de edición electrónica computarizada o Producción Asistida por Ordenador (PAO), dando paso al sistema de paginación electrónica, que luego permitió aplicar los conceptos de autoedición, y producción de página en papel mediante impresión láser. Además, se han creado modelos de trabajo en la diagramación, como el WED (Writing Editing y Design) del Poynter Institute for Media Studies. (Elsy Torres, 2004. P. 69).

En la actualidad, los diarios nacionales poseen sistemas automatizados para su producción, con lo cual se han disminuido los costos y los tiempos de producción; y ha facilitado y mejorado la calidad de elaboración de artes finales. Pero, en este proceso de automatización y modernización tecnológica, se han dado cambios importantes en las tareas agregadas al área del diseño gráfico de periódicos. Tiempo atrás, los editores llevaban toda la carga de garantizar la calidad del contenido, de la tipografía, de las fotos y los gráficos; se conjugaban en una persona la figura del editor, del periodista y el diseñador, o entraban en pugna cada uno de los profesionales dedicados a cada área. Hoy en día más allá del editor y el periodista, entra al juego dentro del área del diseño gráfico, la figura del diagramador de periódicos, el cual, como es señalado por Eduardo Orozco (Eduardo Orozco, 1995, citado por Elsy Torres, 2004. P. 82), es una disciplina periodística cuya tarea es la de valorar, organizar y distribuir el material informativo espacio-formato determinado.

Esta labor se desarrolla dentro del área de la Secretaría de la Redacción o Edición de los periódicos.

Por su parte, Korn (1967) afirma que un diagramador debería ser capaz de redactar en función de mejorar las páginas, poder titularlas si se requiere. Debería conocer la historia de la tipografía, las variantes de diseño de las letras, su afinidad, armonía y contraste, limitaciones y oportunidades que otorgue el material (Korn, 1967, citado por Elsy Torres, 2004. P. 85). Por otro lado, para Orozco (1995) el profesional más idóneo para diagramar es el periodista, porque en él llega a conjugarse, lo informativo, con lo técnico y el diseño. (Orozco, 1995, citado por Elsy Torres, 2004. P. 85). Pero, en dado caso, lo ideal es la conjugación de los profesionales como el periodista, el diseñador y el editor, en una suerte de trabajo en equipo, para lograr realizar la alquimia perfecta.

### **3.14 El formato tabloide**

Por ser el objeto de estudio el periódico universitario “Tierra de Nadie” de formato tabloide, a continuación se detallarán las características en cuanto a diseño de las publicaciones venezolanas tamaño tabloide. Edmund Arnold (1989), en su libro “Diseño total de un periódico”, conceptualiza el tabloide desde dos vertientes. En la primera, define al tabloide como un formato, una página de la mitad del tamaño de una plana normal. Por otro lado, es un estilo periodístico, que se caracterizaba en sus primeros momentos como del tipo indiscreto, llamativo y sensacionalista. (Edmund Arnold, 1989. P. 257)

En el extranjero, específicamente en los Estados Unidos, fue el New York Daily News, el precursor de un grupo de tabloides, audaces, irreverentes y sensacionalistas. Así pues, los tabloides cubrieron el acontecer noticioso durante los años 20, y se ganó el repudio de periodistas y de la sociedad en general. Luego, por problemas económicos, los diarios que se imprimían en tamaño estándar, tuvieron

que adoptar el tabloide; y ya después de la segunda guerra mundial, obtuvo un puesto de respeto, cuando más periódicos se sumaron al formato al mermar la publicidad y sus ingresos. El Daily News estableció las características tipográficas del tabloide, entre las cuales se encuentran, que la portada debe tener el tipo de composición poster, llevar un solo encabezado llamativo y una gran fotografía; y la noticia principal debería ubicarse en la página 3. Sin embargo, existen algunas variaciones, con dos encabezados, uno arriba y otro abajo, de la fotografía; o ubicado en un encabezado de silueta. Se puede emplear más de una fotografía, y la página posterior ser diagramar como las páginas deportivas. En tanto, que las páginas 2 y 3 serían consideradas las más importantes, por ser las primeras en contener noticias. Sobre la publicidad, en este tipo de formato le otorga un beneficio importante en relación a lo que paga por anuncio. Sin embargo, para ubicar anuncios de gran tamaño, la situación se complica a la hora de componer los textos con esta publicidad que viene de las agencias. Otra de las características propias de los tabloides son los juegos de palabras en los títulos, que buscan a través de un lenguaje llano, lograr una cierta empatía con las clases populares. (Edmund Arnold, 1989. P. 259)

En la actualidad, el tabloide va más allá de los beneficios de su tamaño, que permite doblarlos, transportarlos y examinarlos, su atractivo radica en la agilidad y la gracia como son dispuestas las informaciones para atraer a un público lector. Para ello, por ejemplo, Luis Agüero (Luis Agüero, 1977, citado por Elsy Torres, 2004. P.72) explica que, se tiende a abrir en un tabloide con color, grandes titulares, y con buenos puntos de tensión. Para la diagramación de un tabloide, en la primera página se despliega una gráfica, guardando un espacio para el índice; con una tipografía que bien podría ser a color, pero conservadora, en comparación a los titulares de mayor tamaño. En cuanto a la retícula, esta estaría compuesta por 5 columnas, y la publicidad estaría dispuesta de manera modular. Para las secciones especiales, suplementos especiales, se pueden emplear logos específicos; para otras áreas, se usarían los encabezados. (Edmund Arnold, 1989). La página central de los tabloides puede ser aprovechada para reportajes gráficos o trabajos especiales con presentación

de revista. Al final está la contraportada, se le podría dar la misma valoración que la portada, dejando un espacio para breves informativos. (Elsy Torres, 2004. P. 73)

### **3.15 Algunos periódicos tabloides venezolanos**

A continuación se presenta una selección de algunos periódicos tabloides, que dentro de sus puntos de interés se encuentra que han sido sometidos a procesos de rediseño, aspecto útil para este trabajo de investigación.

**a. El Diario de Caracas:** Se fundó en 1979, bajo la dirección del Dr. Diego Arria. Era destinado al consumo de las clases altas (público AB, A). (Wilson Agudelo, 1995. P. 226). Por algún tiempo llegó a ser el único tabloide donde todas sus páginas eran impresas a full color. Su visión era la de hacer nuevo periodismo, interpretando y reelaborando las informaciones del material cablegráfico. Su retícula constaba de 5 columnas, diagramación rectangular. Cesó en su publicación en 1995, para luego volver en 1998, sin mucho éxito por problemas en su coherencia gráfica: no estaba bien definida la tipografía, ni la unidad informativa, y la diagramación variaba de rectangular a entabada (Adriana Del Nogal, 2001, citada por Elsy Torres, 2004)

**b. Últimas Noticias:** Surgió en 1941, y fue allí cuando se comenzó a hablar en Venezuela del tabloide. Fue fundado por Francisco José Delgado, Pedro Beroes, Vaughan Salas Lozada y Víctor Simone De Lima. Estaba orientado a un público de clase trabajadora. En sus primeras páginas predominó el sensacionalismo y un lenguaje sencillo. En cuanto a la diagramación, ubicaba un gran titular y foto en la portada, rodeada de fotos e informaciones de menor tamaño. Su retícula inicial era de 5 columnas, luego 6; y se disponía de manera desordenada la publicidad la información. (Elsy Torres, 2004. P. 78). Luego, el periódico pasó por un proceso de rediseño, con lo cual incorporaron color, fotos principales en portada y contraportada, publicidad ordenada por módulos y categorías, se replantearon los cabeceros de cada

sección, se complementan las informaciones con despieces, entre otros recursos. (Elsy Torres, 2004. P. 79)

**c. Tal Cual:** Su creación fue en el año 2000, bajo la dirección de Teodoro Petkoff, para ofrecer un punto de vista sobre el acontecer político y económico del país. Con una línea editorial muy crítica, emplea una maqueta de diagramación dinámica, dispone sus títulos de manera impactante, pero sin llegar a superar el reglón de las 6 columnas; y sus textos en tipografía sans serif. La distribución de las secciones varía según la pauta publicitaria y la distribución del color, lo que da una cierta idea de desorden en la redacción. La portada es el ancla del periódico, a través de la disposición del editorial de Teodoro Petkoff. También en portada, se colocan varias entradas a la información para darle agilidad a la lectura. En el caso de la contraportada, en ella se ubica la sección de deportes. Además, en su diagramación incluye recursos como, fotos, ilustraciones e infografías. (Elsy Torres, 2004. P. 153)

### **3.16 El Periódico Universitario**

Existen distintas manifestaciones de prensa universitaria, pero según Lourdes Martínez Rodríguez<sup>37</sup> se nombran las siguientes:

#### **3.16.1 Publicaciones universitarias comerciales**

Son periódicos editados generalmente por empresas externas a las universidades, que cuentan con una mayor o menor estructura empresarial, dirigidas a los jóvenes universitarios y que unifican la finalidad informativa y comercial, con temas relativos tanto a la universidad como al ocio, la cultura o las tendencias. Es una

---

<sup>37</sup> Lourdes Martínez Rodríguez. Universidad de Murcia. Los jóvenes como receptores de la prensa universitaria: discurso, representaciones y formas de consumo. Recuperado el 29 de agosto del 2011. <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/469.pdf>

prensa informativo/comercial, con poca opinión, en el que los géneros predominantes son la noticia, el reportaje y la entrevista objetiva; una prensa opinativa / alternativa y comercial, de carácter cultural, con un lenguaje poco coloquial. Constituye una mezcla entre las publicaciones alternativas y las comerciales.

### **3.16.2 Publicaciones universitarias institucionales**

Editadas por los propios centros educativos para dar a conocer la cultura y la imagen de la universidad, dirigidas a sus públicos internos (alumnos, profesores y personal de administración y servicio), con contenidos marcadamente institucionales y corporativos.

### **3.16.3 Publicaciones de alumnos alternativas**

Elaboradas por los propios estudiantes universitarios como órganos de comunicación alternativa, frecuentemente muestra rechazo por los valores sociales y modos de vida establecidos, e incluso con una visión crítica con la institución universitaria. Aparecen con una periodicidad muy irregular y carecen de suficiente financiación, por lo que resulta muy difícil su supervivencia.

### **3.16.4 Publicaciones de alumnos como medio de prácticas**

Elaboradas también por los estudiantes universitarios pero como un complemento de su formación práctica y que generalmente cuentan con algún tipo de apoyo por parte de la universidad. No suelen tener un carácter marcadamente alternativo, sino que nacen con una finalidad eminentemente formativa, como ocurre con publicaciones realizadas en muchas facultades de Comunicación.

Es posible encontrar también publicaciones que suponen una hibridación de los modelos anteriores. En el caso de la publicación que es objeto de estudio en el

presente trabajo de tesis, es una publicación universitaria alternativa orientada a ser un medio de prácticas o laboratorio; y por ello a continuación, la definición de los que es un medio alternativo y la aplicación de este concepto a las publicaciones universitarias.

### **3.16.5 El periódico universitario como medio alternativo**

Los periódicos debido a su naturaleza, entorno y valores donde se desenvuelve no pueden ser considerados un medio tradicional. Por ello, es considerado por algunos autores como un medio alternativo. (Sonia Corona, 2008. P.1). Según el investigador Fernando Reyes Matta, explica que un medio alternativo es, el concepto donde se ubica a todas las formas de comunicación que emergen como respuesta al sistema dominante. (Citado por Simpson, 1986)

Por otro lado el investigador Simpson define a los medios alternativos como “todo medio que, en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados, se opone a un mensaje hegemónico. En años recientes, autores como Downing, Atton y Rodríguez, han realizado definiciones más específicas sobre los medios alternativos. (Sonia Corona, 2008. P. 3). Mientras que, Downing define a los medios alternativos como medios de pequeña escala, bajo presupuesto, opositores y horizontales (2005. P. 5). Otra concepción de medios alternativos como medios que promueven la participación de la ciudadanía (Haas, 2004) Para Clemencia Rodríguez los medios alternativos son medios ciudadanos, basada en la teoría de la democracia radical de Mouge y McClure, para poseer un significado ciudadano que se manifieste en la participación de los miembros que ejercen su derecho a expresarse. (Sonia Corona, 2008. P. 4). Y desde la óptica de la teoría de Marx, los periódicos universitarios, conformados por estudiantes, que se encuentran dentro de un Aparato

Ideológico del Estado, finalmente, informan a la comunidad universitaria sobre temas que la institución educativa no abordaría directamente<sup>38</sup>.

Rachele Kanigel, por medio de su libro *The Student Newspaper Survival Guide*, separa cada una de las prácticas editoriales de publicaciones estudiantiles. Este planteamiento los complementa Rodríguez que señala entre que las características de un medio alternativo se encuentran, el fomento a la participación de sectores a veces relegados, vulnerables, cuenta con equipos de trabajo pequeño y poco financiamiento, se rotan los puestos y el aprendizaje de diferentes actividades en el medio, y la gente presenta sus propias experiencias y problemas. Así mismo, existen diferencias entre los medios alternativos y los tradicionales, en la disposición de su trabajo, que a diferencia de los medios tradicionales la imposición del trabajo.

Los periódicos alternativos funcionan, en algunas ocasiones, como un espacio para iniciar una carrera periodística. Es así como, los periódicos estudiantiles también funcionan como incubadoras de periodistas profesionales, que, en algunos casos, adquieren en las publicaciones estudiantiles las bases de su formación periodística que permanecerá a lo largo de sus carreras profesionales. Para finalizar, se puede concluir que los periódicos universitarios, son considerados medios alternativos y herramientas del cambio social con características propias; que los hacen distintos a los tradicionales, debido a que su misión y composición es diferente por tratarse de un instrumento educativo. (Sonia Corona, 2008. P. 2).

---

<sup>38</sup> La Teoría del estado de Marx, las instituciones educativas son los que él llama Aparatos Ideológicos del Estado, definidos así: “funcionan masivamente con la ideología como forma predominante pero utilizan secundariamente, y en situaciones de límite, una represión muy atenuada, disimulada, es decir simbólica. Lo que unifica su diversidad en ese mismo funcionamiento, en la medida en que la ideología con que funcionan, en realidad está siempre unificada, a pesar de su diversidad y sus contradicciones, bajo la ideología dominante, que es la clase dominante” (Althusser, 1988. P. 10)

### 3.16.6. Los periódicos universitarios como laboratorios de periodismo

El profesor Carlos Mario Correa S.<sup>39</sup> en su artículo “El periodismo universitario: Meterse al agua para aprender a nadar”,<sup>40</sup> publicado en la revista *Nexos*, se refiere al periodismo universitario y sus medios, especialmente el periódico, como el laboratorio de las facultades o escuelas de comunicación social y periodismo, que funciona en un entorno de aprendizaje constructivista. Para Carlos Mario, este modelo constructivista, que fue formulado en las décadas de los años 80 y 90, es el más adecuado para una reformulación de la pedagogía del periodismo en las universidades, cumplir el principio de “aprender haciendo”, en el cual se pasa de lo académico al ejercicio laboral en pleno, del conocimiento teórico al práctico. Esto estaría en contraposición a las formas tradicionales de enseñanza del periodismo en muchas facultades y escuelas, en las cuales el papel del profesor se limita a transmitir conocimiento al estudiante, con el fin de ayudarlo a incorporarlo en su memoria.<sup>41</sup>

En el caso de la enseñanza del periodismo, el modelo constructivista se aplica, convirtiendo al profesor en editor; y a sus estudiantes, en reporteros, para que se sumerjan en el campus universitario, en su ciudad y en su país, haciendo de reporteros reales, en tiempo real, para conseguir material informativo para el periódico (laboratorio); todos estos elementos en un ambiente de sala de redacción.<sup>42</sup>

El profesor Carlos Mario Correa, cita las ideas expuestas por Javier Fernández Del Moral, decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, en las cuales sostiene que, el futuro de la enseñanza del periodismo pasa por la relación medios – academia. De esta manera,

---

39 Carlos Mario Correa S, es profesor de Comunicación Social de la Universidad EAFIT, de Medellín, Colombia.

40 Carlos Mario Correa S. El periodismo universitario: Meterse al agua para aprender a nadar. *Nexos*. Edición 41. Recuperado el 02 de agosto del 2011. <http://www1.eafit.edu.co/nexos/articulo/141/66439>.

41 Carlos Mario Correa S. El periodismo universitario: Meterse al agua para aprender a nadar. *Nexos*. Edición 41. Recuperado el 02 de agosto del 2011. <http://www1.eafit.edu.co/nexos/articulo/141/66439>.

42 Idem.

los periódicos universitarios, ofrecen a sus lectores, una mirada alternativa, analítica y crítica, que ofrece otra perspectiva a la que usualmente se recibe por parte de los medios de comunicación tradicionales. El carácter independiente de los periódicos universitarios ha permitido a las nuevas generaciones de periodistas, formarse en los criterios indispensables de ética profesional, además de adentrarse en la dinámica en que se mueven los medios de comunicación tradicionales: la agilidad en la presentación de la información, la presión editorial y el compromiso por la divulgación de la noticia, son dinámicas que sólo se aprenden en el ejercicio propio del periodismo.<sup>43</sup>

Para el profesor Carlos Mario Correa (2011), estos periódicos por su carácter de laboratorio, además de presentar un atractivo formato y diseño, permiten la experimentación con los géneros periodísticos informativos, de opinión, la crónica y el reportaje, que han sido descuidados por algunos periódicos tradicionales, que han preferido a las reseñas y a la publicidad, para alcanzar y mantener su grandeza y respetabilidad. La información que presentan los periódicos universitarios está cargada de un lenguaje que se crea desde la universidad, con una elaboración analítica, crítica e interpretativa. Ya no se miran a los periódicos universitarios con ojos de periodismo escolar y panfletario, por el contrario, los lectores han empezado a ver en estos medios, nuevas narraciones, con investigación y estética en su escritura.<sup>44</sup>

La profesora Patricia Nieto se refiere la esencia del periodismo universitario de la siguiente forma: “El periodismo universitario es, por excelencia, el llamado a cumplir estrictamente con la función pública que está en el origen del oficio. Si se acepta que la universidad es el lugar para el debate libre de las ideas, para la creación del conocimiento, para el refinamiento del espíritu, debemos reconocerla como el ámbito propicio para la práctica de un periodismo que no le hace venias al poder y

---

43 Idem.

44 Carlos Mario Correa S. El periodismo universitario: Meterse al agua para aprender a nadar. Nexos. Edición 41. Recuperado el 02 de agosto del 2011. <http://www1.eafit.edu.co/nexos/articulo/141/66439>.

entiende que su compromiso es con toda la nación”.<sup>45</sup> Y además afirma que el trabajo del periodista es generar y publicar conocimiento sobre la sociedad del presente, es investigar, es observar el mundo contemporáneo, interpretarlo y dar a conocer al público la versión construida. Se trata de mostrar lo oculto y de utilizar lupas diferentes para mirar la realidad de la agenda informativa de los grandes medios.<sup>46</sup>

Con respecto a los estudiantes indicados para trabajar en un periódico universitario, y participas en este laboratorio, el editorial de la edición 141 del periódico NEXOS<sup>47</sup>, expone que: “Los periódicos universitarios de hoy no son sólo para comunicadores sociales, son sólo para estudiantes conscientes de que hacen parte de una sociedad a la cual tienen que aportar y de que su misión, es la de tomarle el pulso a la actualidad”.<sup>48</sup>

Cuatro tareas fundamentales que emprende el periódico universitario según Kanigel (2006):

- El periódico universitario representa el registro de lo que acontece en la universidad, además informa a la comunidad acerca de los temas que le interesan. Y este, como lo afirma el periodista norteamericano, Melvin Mencher, debe “reflejar la naturaleza de la comunidad a la que sirve” (Sonia Corona, 2008. P. 11)

- Estas publicaciones son un foro donde la comunidad universitaria puede debatir sobre los temas y problemas que les interesan. La publicación puede llegar a ser un elemento unificador y un lugar donde los estudiantes expresen sus ideas.

---

<sup>45</sup> Carlos Mario Correa S. El periodismo universitario: Meterse al agua para aprender a nadar. Nexos. Edición 41. Recuperado el 02 de agosto del 2011. <http://www1.eafit.edu.co/nexos/articulo/141/66439>.

<sup>46</sup> Idem

<sup>47</sup> Velásquez P., Lucas. La locura de hacer periodismo universitario. Nexos. Edición 141–Editorial. Recuperado el 02 de agosto del 2011. <http://www1.eafit.edu.co/nexos/articulo/141/66439>.

<sup>48</sup> Idem

- El periódico universitario funciona como el perro guardián de las instituciones educativas, que no están exentas de casos de corrupción. Es en la prensa universitaria, donde se pueden investigar sobre temas que en otros medios no se podrían tocar. Es un espacio para investigar y reportar.

- Es un lugar de aprendizaje para los futuros periodistas, la experiencia que se adquiere en este tipo de publicaciones representa una práctica para ingresar al campo laboral.

### **3.16.7 Características fundamentales de los periódicos universitarios**

Sonia Corona ofrece en su trabajo las características principales que posee un periódico universitario, y son las siguientes (Sonia Corona, 2008):

- El equipo de un periódico está conformado en su totalidad por estudiantes matriculados en la universidad. Son los estudiantes quienes deciden el contenido y la jerarquía de la información que se presenta, las imágenes que se mostrarán, y la designación de tareas para completar la publicación. Estos estudiantes pueden provenir de cualquier especialidad o campo de estudio, pero en su mayoría son estudiantes de Periodismo y carreras del área de las Ciencias Sociales. En ocasiones los estudiantes pueden recibir asesoramiento de profesores de Periodismo o Comunicación, y en algunos casos por periodistas profesionales, que discuten con los estudiantes dilemas éticos y resuelven sus dudas, para así, completar el proceso de aprendizaje. Aunque estas publicaciones reciben apoyo de académicos y se relacionan con varios sectores de la universidad, gozan de libertad en la elección de su línea editorial.

- Los contenidos de las publicaciones son en su mayoría sobre acontecimientos dentro de la universidad, aunque algunas veces también reportan situaciones de la comunidad en la que se publican. El periódico universitario posee

secciones similares a las de un periódico profesional, pero enfocadas a las actividades de la universidad. (Sonia Corona, 2008. P. 13)

- Las actividades que realizará cada estudiante integrante del periódico, se asignan equitativamente. Por lo cual los estudiantes ceden parte de su tiempo al periódico, mientras cursan sus estudios universitarios.

- Por lo regular estas publicaciones no son diarias, y las que sí lo son, cuenta con un gran equipo que les permite esa periodicidad.

- La distribución es realizada por los mismos estudiantes que lo producen, y en otros casos el personal de las imprentas lo distribuyen junto a otros periódicos locales.

- En cuanto al financiamiento, esta área es distinta en cada publicación. El ingreso económico puede generarse en ganancias de publicidad, suscripciones, donaciones y hasta de un presupuesto otorgado por parte de la institución educativa. Se trata es de un pequeño ingreso para mantener sustentable a la publicación, y en su mayoría, los estudiantes que trabajan en estos periódicos no reciben algún tipo de incentivo.

- Su organización horizontal y por promover valores alternos, también reafirma su carácter alternativo, para que el grupo editorial en conjunto tome decisiones importantes para la publicación. . (Sonia Corona, 2008. P. 17)

- Dentro de un periódico universitario la crítica es una característica esencial, son inclusivos, permite que los lectores participen también, tanto en la presentación de la información, como en canales de comunicación como el correo electrónico, redes sociales y páginas web. (Sonia Corona, 2008. P. 18)

- A través de los periódicos universitarios, los ciudadanos refuerzan su identidad, porque se produce una identificación con los problemas similares y temas relacionados con la universidad, congregando a la población universitaria entorno al medio. (Sonia Corona, 2008. P. 18)

- Una variable importante que influye en los periódicos universitarios es el tipo de universidad en la que se publica: pública o privada; el país donde se publica y el papel que toma dentro de la institución educativa.

Obligaciones que un periódico estudiantil debe tener para con sus lectores son, según Kanigel:

- Ser voz para los estudiantes, representar a los diferentes puntos de vista y sectores de la universidad, como son la derecha, la izquierda, los estudiantes de centro, de los diferentes grupos étnicos, y de diferentes clases sociales y disciplinas.

- Deben reportar la vida del campus universitario, tanto sus actividades académicas y deportivas, como problemas que la universidad enfrente.

- Deben ser operados únicamente por estudiantes, y en su opinión, no deben ser supervisados por académicos, administrativos, pese a que la mayoría de las universidades lo solicita.

- Debe tener un espíritu investigativo y con afán de exponer los asuntos diarios de la universidad, tanto en aspectos positivos como negativos para lograr un balance.

- Deben ser útiles para los estudiantes, quienes deben encontrar en el periódico una herramienta para su vida universitaria (Comunicación personal, Marzo de 2008) (Sonia Corona, 2008. P. 15)

### **3.16.8 El distanciamiento de los jóvenes y la prensa**

Los jóvenes como lectores de prensa, los diarios no parecen ser capaces de captar la atención de este importante sector de edad, cuyos índices de lectura permanecen casi estancados. Los jóvenes parecen decantarse más por el uso de los diarios gratuitos, y sobre todo, de los medios digitales. Por lo que respecta específicamente a la prensa universitaria, es difícil encontrar referencias fiables y contrastables sobre los índices de lectura de prensa de estas publicaciones, ya que este tipo de medios no aparecen reflejados en los principales estudios de medición de audiencias. (Sonia Corona, 2008)

### **3.16.9 Historia de los periódicos universitarios en Venezuela**

El periodismo universitario vio la luz a partir de la creación de las escuelas y carreras de periodismo, que se establecieron y consolidaron a partir del siglo XX, con la creación de la Escuela de Periodismo de la Universidad Central de Venezuela, en 1946. Desde su creación, la Escuela de Comunicación Social dentro de la de la Universidad Central de Venezuela, ha vivido varios cambios estructurales y organizativos, los cuales están enmarcados en una realidad social y política de indudable influencia en la realidad universitaria de Venezuela.

En 1970, la Escuela cambió de nombre a Escuela de Comunicación social y se aprobó un plan curricular de 5 años, cuya particularidad fue abrir 3 menciones, a cursar en los últimos 4 semestres de la carrera. Las menciones eran: periodismo impreso, comunicación audiovisual y relaciones públicas y publicidad. Hoy en día, las menciones en la Escuela de Comunicación Social ya no existen, un egresado de esta institución académica puede abrirse camino por su formación en cualquiera de los campos de la Comunicación Social.

La Escuela de Comunicación Social, la segunda escuela en población de la Facultad de Humanidades y Educación, tuvo en su primer plan de estudios las siguientes materias para el 1<sup>a</sup> año: Historia del Periodismo, Geografía General y de Venezuela., Psicología, Lengua Castellana y Preceptiva, Introducción al Derecho, Sociología, Inglés. Entre esas materias el alumno debería tomar 4 electivas, debería añadir una materia técnica. Los graduados recibían el título de Periodista Titular, luego de cursar un curso completo para periodistas profesionales, el cual duraba 2 años, durante los cuales cursaron cuatro materias de índole cultural y una técnica, durante el primer año de labores. Pero también se abrió la carrera de Periodista, para aquellos alumnos que poseyeran título de Bachiller o profesor del pedagógico, para ello se ofreció un pensum de 4 años, constituido por las materias anteriormente mencionadas en la descripción del plan de estudios de 1947. Posteriormente en los años 1949-1950, se otorgó el carácter de Escuela Universitaria a la Escuela de Periodismo, se hizo la modificación, de dos años que se cursaban en el plan de estudios de 1947, a tres años de estudios para la culminación de la carrera y la obtención del título de Licenciado en Periodismo.

El Pensum aprobado el 3 de Febrero de 1970, otorgaba un título profesional con menciones: Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Impresa y Comunicación audiovisual. Y a raíz de este cambio de Plan de Estudios, se cambió el nombre de la escuela, según consideraciones de la Comisión de la Escuela de Periodismo, a “Escuela de Comunicación Social”, con un pensum trece asignaturas obligatorias en el ciclo profesional, para una duración de cinco años de estudios, distribuidos en un año de Ciclo Básico y cuatro años del Ciclo Profesional, dos de los cuales se dedicaron a las Este plan fue modificado en 1978 y a partir de 1987 se puso en práctica el nuevo plan de estudios, que aún sigue vigente. Actualmente los estudios de Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela se desarrollan de acuerdo a la modalidad de semestres, prelación y créditos. Y aún cuando las menciones en la Escuela de Comunicación Social ya no existen, un egresado de esta

institución académica puede abrirse camino por su formación en cualquiera de los campos de la Comunicación Social.<sup>49</sup>

En la Universidad Central de Venezuela hacen vida publicaciones universitarias de carácter institucional como los son, Hora Universitaria, Correo Universitario y Visión Ucevista. Dentro de las publicaciones universitarias estudiantiles se encuentran el periódico Tierra de Nadie

En Venezuela existen 14 universidades ofrecen la carrera de Comunicación Social, según el Ministerio de Educación Popular para la Educación Superior de la República Bolivariana de Venezuela<sup>50</sup>, estas casas de estudio son: Universidad Arturo Michelena (UAM), Universidad Bicentenario de Aragua (UBA), Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad Católica Cecilio Acosta (UNICA), Universidad Católica Santa Rosa (UCSAR), Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad de Los Andes (ULA), Universidad del Zulia (LUZ), Universidad Dr. Rafael Bellosillo Chacín (URBE), Universidad Fermín Toro (UFT), Universidad Monteávila (UMA), Universidad Santa María (USM), Universidad Yacambú (UNY).

### **3.16.10 Diseño de los periódicos universitarios**

El diseño de los periódicos universitarios en líneas generales siguen los mismos lineamientos del diseño de los periódicos tradicionales. Sonia Corona (2008) a través de los resultados arrojados en el análisis efectuado a varias publicaciones universitarias, halló puntos de encuentro en las prácticas editoriales aplicadas en los periódicos universitarios. Algunas de las prácticas son que, un 58,8 por ciento publica diariamente, el 29,4 por ciento semanalmente y 11,8 por ciento dos veces por semana.

---

<sup>49</sup> <http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/>

<sup>50</sup> <http://www.mppeu.gob.ve/>

Todas las publicaciones tienen algunas páginas impresas a color, y se reparten gratis en la universidad.

El formato que más se utiliza en los periódicos norteamericano es el de sábana, con medidas de 12 por 22  $\frac{3}{4}$  pulgadas; y el formato que le sigue es el tabloide de 11 por 17 pulgadas. Los periódicos son impresos o bien en alguna imprenta local y otros en la misma universidad. El promedio de páginas de las publicaciones es de 15 páginas. En cuanto al contenido, los periódicos estudiantiles destinan el 38 por ciento a noticias; 28 por ciento a la publicidad; 18 por ciento a gráficos e imágenes; y 16 por ciento a los artículos de opinión. Las secciones básicas de estos periódicos son noticias, deportes, artes y/o entretenimiento, y opinión. (Sonia Corona, 2008)

Los equipos editoriales están conformados por estudiantes, pero un estudiante puede llegar a cubrir varias funciones. El equipo siempre mantiene una constante comunicación con las autoridades de la universidad y respeto a las diferencias en los puntos de vista. La mayoría de los periódicos, consultan un libro de estilo de periódicos profesionales como material de apoyo; pero además, poseen un libro de estilo propio, y siguen un código de ética. Los estudiantes consideran necesaria una reglamentación propia, basada y apoyada en los cánones profesionales. En los periódicos estudiantiles se utiliza para su confección programas de computación para su diagramación y maquetación, estos programas son Microsoft Word; Adobe Photoshop y Adobe In Design, entre otros.

A continuación una muestra de los periódicos universitarios de las diferentes universidades venezolanas que imparten el periodismo.

- Escuela de Comunicación Social - **Universidad Bicentennial de Aragua** (Maracay), publica el Boletín Ubista al Día, nació en el 2002, es un boletín institucional, editado por las autoridades de la universidad, de carácter institucional, donde el equipo está conformado por licenciados.

- Escuela de Comunicación Social - **Universidad Católica Andrés Bello** (Caracas), publica El Ucabista (1995): un periódico universitario que tiene 16 años publicándose y lleva 116 números, en formato tabloide, a blanco y negro. Es realizado por estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello. Por la redacción de El Ucabista han pasado 150 estudiantes que en calidad de beca trabajo aprenden el oficio periodístico y pagan sus estudios, para iniciarse en el mundo profesional de la comunicación.<sup>51</sup> El uso de tipografías y el diseño eran algo ingenuos, producción prácticamente manual, y el diagramador dejaba el espacio en blanco de las fotos. El Ucabista nació con el porte de un periódico profesional, no sólo en su contenido sino también en su diseño <sup>52</sup>

- **Universidad Arturo Michelena** (UAM), publica el periódico “Criterios”<sup>53</sup>, dirigido por el profesor Luis Alonso Hernández, y producido por un grupo de docentes y estudiantes de la Escuela de Comunicación Social. Este órgano divulgativo registra y da a conocer las actividades que se desarrollan en la Universidad Arturo Michelena en sus distintos ámbitos, cediendo espacios para la participación activa de toda la comunidad universitaria. Consta de nueve páginas, formato tabloide, impreso en blanco y negro. Sin embargo las páginas 6 y 7, son impresas a color, por contener reportajes especiales.

- **Universidad de Los Andes** (ULA), publica el periódico AL DERECHO<sup>54</sup>, fue iniciativa de la Facultad de Derecho. Nace en febrero de 2005, a cargo de cuatro estudiantes de diferentes semestres, que toman la iniciativa de crear un medio de participación estudiantil, que sirva como verdadero foco de opinión y de elaboración y difusión de artículos de corte académico. Desligado de cualquier bandera política,

---

<sup>51</sup> Intranet Ucab Noticias. Recuperado el 01 de septiembre del 2011. <http://apps.ucab.edu.ve/notiucab/?p=19037>

<sup>52</sup> Blog El Ucabista. Recuperado el 01 de septiembre del 2011. <http://bit.ly/pWY9AM>

<sup>53</sup> Uni Al Día. Recuperado el 01 de septiembre del 2011. <http://bit.ly/nmhQIW>

<sup>54</sup> Facultad de Derecho, Universidad de Los Andes. Recuperado el 01 de septiembre del 2011. [http://derechoadm.uniandes.edu.co/derecho\\_uniandes/export/derecho\\_uniandes/estudiantes/titulares.html](http://derechoadm.uniandes.edu.co/derecho_uniandes/export/derecho_uniandes/estudiantes/titulares.html)

AL DERECHO se presenta como un foro abierto a toda clase de posiciones ideológicas. Su tiraje es bimestral, de distribución en la universidad e incluso, en otras facultades de Derecho.

- **Universidad Arturo Michelena (UAM)**, en su núcleo en el estado Portuguesa, posee un periódico universitario, pero del tipo institucional, recibe el nombre de Aula Magna<sup>55</sup>, surgió en el año 2002, con una periodicidad mensual. Esta es una publicación en formato tabloide y está impresa a full color.

- Escuela de Comunicación Social - **Universidad Central de Venezuela**, publica dos periódicos universitarios institucionales: Hora Universitaria y Correo Ucevista. Pero en cuanto a periódicos universitarios alternativos, en la UCV se publica el periódico Tierra de Nadie, el objeto de estudio de este trabajo de licenciatura y Zaperoco.

El periódico Tierra de Nadie, tiene formato tabloide, fue editado en sus comienzos por la Unidad de Información de la Universidad Central de Venezuela, con colaboración de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Su diagramación es realizada en formato tabloide y a full color. Es una publicación bimensual, nació en el año 2006 y su última publicación fue la N° 5, en noviembre del 2009.

También apareció en el campus, el diario "Zaperoco"<sup>56</sup>, tuvo sus inicios en el 2009, comenzó como un periódico de frecuencia mensual, elaborado por estudiantes de la UCV, para tocar temas de la universidad, y generar el debate sobre la Universidad. Apareció en formato tabloide, con 15 páginas impresas a full color. De este periódico solo se conoce la referencia de un solo número, el de lanzamiento.

---

<sup>55</sup> [http://www.uft.edu.ve/aula\\_magna/PER\\_AULA\\_8.php](http://www.uft.edu.ve/aula_magna/PER_AULA_8.php)

<sup>56</sup> YVKE Mundial. Recuperado el 01 de septiembre del 2011. <http://bit.ly/pH8mq3>

Con base a los resultados de la investigación realizada por Sonia A. Corona Sánchez (2008), se deben seguir ciertas recomendaciones en cuanto a las prácticas editoriales exitosas, estas son:

- a) Ser autónomo e independiente, tanto editorial como económicamente.
- b) Maximizar la función educativa del periódico universitario, por medio de la enseñanza y experimentación de todos los géneros periodísticos.
- c) Establecer una periodicidad, estructura y formato acorde con el público objetivo, con la circulación y el equipo (humano y tecnológico), con el que se cuenta.
- d) Diseñar secciones básicas para el periódico con contenidos de noticias del campus, deportes universitarios, arte y entretenimiento, y opinión.
- e) Crear una reglamentación interna propia, basada en estándares éticos profesionales.
- f) Conformar un equipo editorial conformado por estudiantes de la universidad a la que pertenece la publicación.
- g) Plantear una estructura organizacional y distribución de tareas.
- h) Hacer una rotación periódica del personal de la publicación, para reforzar el carácter educativo del proyecto.
- i) Contar con la asesoría de un profesor de periodismo, que pueda ayudar a los miembros de la publicación, para aclarar dudas y fortalecer el carácter educativo del desarrollo del proyecto.
- j) Establecer una página en internet (por ejemplo, página web o blog) donde el lector tenga acceso al contenido impreso de manera digital.
- k) Crear espacios de retroalimentación (correo electrónico o redes sociales: twitter o Facebook) para que la comunidad universitaria pueda expresar su opinión por medio de estas herramientas.
- l) Mantener una buena comunicación con las autoridades y áreas administrativas de la universidad.

- m) Trabajar en enlaces con organizaciones no gubernamentales relacionadas con el periodismo.
- n) Vender espacios publicitarios de las páginas para lograr autonomía económica.

La aplicación de estas recomendaciones puede repercutir en las mejoras del ejercicio periodístico universitario, puede contribuir al crecimiento del número de publicaciones universitarias, y un incremento en la calidad informativa de los medios y el interés de los lectores.

### **3.16.11 El discurso de los medios impresos universitarios**

El poder de las palabras que un grupo de estudiantes publica desde un espacio para la academia, tal vez no sea tan fuerte como para afectar en gran medida al público que lo lee. Pero, quien recibe esas ideas genera una retroalimentación que ayuda al crecimiento del producto mediático y al incremento del aprendizaje de quienes lo crean. (Lucas Velázquez, La locura de hacer periodismo universitario, Revista Nexos)

El ámbito académico en que se mueven los periódicos estudiantiles difiere en buena medida, de la realidad en la que se ven inmersos los medios tradicionales, en términos políticos y económicos. Y por tanto, el contenido, también es distinto. Sin embargo, los estudiantes durante la construcción discursiva de los periódicos universitarios tienen en los medios tradicionales una guía de trabajo. Por esta razón, es útil conocer la forma en la cual los periodistas en estos medios recrean la realidad, las técnicas y herramientas empleadas para ello.

Durante la creación de los textos periodísticos, el estudiante de periodismo, también debe tomar conciencia de la importancia de detalles simples, pero decisivos, a la hora de escribir o publicar, como el respeto por la privacidad de las fuentes que lo

soliciten, el afán por corroborar la información con otras fuentes para procurar la veracidad de lo publicado, el desarrollo de un criterio editorial que le permita decidir con sabiduría, qué debe imprimirse e incluso, la habilidad necesaria para comunicarse de forma oportuna, respetuosa y asertiva con las fuentes. . (Lucas Velázquez, La locura de hacer periodismo universitario, Revista Nexos)

### **3.17 Inicios de la construcción de la información**

El periodismo en sus inicios se aprendía en la calle, en las salas de redacción y en las imprentas. Las reglas de construcción del discurso surgían a través de la experiencia, lo cual requería ser autodidactas del oficio. La transformación de la prensa y del oficio evolucionó de la mano de los cambios de las sociedades, a través de la historia.

Ahora bien, la profesionalización del periodismo surgida con la creación de escuelas y facultades dedicadas a la enseñanza, se dedicó a la transmisión de conocimientos sobre géneros y técnicas de redacción, por medio de las cuales se transmitía la realidad que debía reflejar la prensa como medio de comunicación.

Ahora con la evolución a pasos gigantescos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), el enorme flujo de información, de espacios de producción y participación gracias a Internet, ha obligado a replantear el rol y el perfil profesional del periodista, dentro de la sociedad de la información. Los términos hipertexto, multimedia, interactividad, integración entre lo digital y tradicional, son aspectos ineludibles en las nuevas maneras de hacer periodismo.

### **3.18 La objetividad como premisa**

Existe un tema álgido para todo periodista dentro de la creación de su discurso y en la realización de su trabajo, es la objetividad. Los primeros periódicos

fueron los vehículos de sectores o personas influyentes política o socialmente, incluso llegó a utilizarse a la prensa para hacer propaganda. Ahora, la propaganda militante, en la mayoría de los casos, utiliza los periódicos alternativos o comunitarios de algunas organizaciones con perfil político, para expresarse. Mientras que, la prensa ha querido estar orientada a un nivel más independiente en su línea editorial, a pesar de seguir influenciada por el carácter de la prensa como negocio, en las empresas modernas de comunicación. (Gustavo Di Palma, 2010. P. 19)

Otra relación que se ha dado a lo largo de los años, es la de la prensa con la publicidad. Este nexo dio paso a la conformación de un tipo de periodismo orientado más hacia la información. De esta manera, los medios lograban el prestigio y reconocimiento social, al ser considerados medios independientes, dedicados a informar alejados de los factores de poder. (Gustavo Di Palma, 2010. P. 19)

El periodista en la realización de sus labores se le pide cumplir con dos premisas principales, que son el modelo de objetividad a seguir: 1) El deber de una presentación de los hechos de manera estrictamente objetiva; 2) Debe separar la exposición de los hechos de la evaluación crítica. (Rodríguez Borges, 1998, citado por Di Palma 2010).

Sin embargo, según Eliseo Verón (1987), la actualidad es el resultado de una construcción mediática de la realidad: los medios muestran aquello que consideran importante, a través de un proceso dentro de la industria de la información. (Verón, 1987. P. 4). Así, cada medio tiene una agenda de información, percibe y muestra la realidad de una determinada manera. Así mismo, los medios industriales de información transmiten la información con una carga de intencionalidad, que de alguna manera influye en la sociedad. (Di Plama, 2010.P.21) Para Candido Monzón (1999, p. 264), “los medios no sólo dan información, sino que jerarquizan la importancia de los problemas sobre la base de criterios más o menos inconfesos e interesados”.

En tanto Fattorelo (citado por Reyna González, 1991. P.19) menciona lo siguiente: “todo proceso informativo presupone una ineludible dosis de subjetividad, de intencionalidad, de intento de captación de las opiniones ajenas por parte del sujeto promotor que elabora la forma del mensaje”.

Según Di Plama los medios tienen la objetividad como un compromiso, pero no como una certeza. En varias ocasiones el concepto de objetividad se relaciona con conceptos como independencia e imparcialidad: la libertad para decidir determinado tratamiento de los hechos y el equilibrio frente a los actores de la realidad. Entonces, el dilema de la objetividad pretende resolverse utilizando en la construcción de las informaciones, ciertas formulas, tales como, el lenguaje neutro, y las citas de fuentes. (Gustavo Di Palma, 2010. P. 21).

El tratamiento periodístico es un proceso en el que todo el tiempo aflora la carga subjetiva y se relativiza la objetividad. El periodista y el medio de comunicación son parte de un contexto social y una realidad de la cual es difícil abstraerse; por lo que solo debería hablarse de imparcialidad o de independencia en el tratamiento de los temas. En la actualidad, la irrupción del público en la generación de contenidos, gracias a la tecnología y a Internet, ha hecho que la sociedad pase de pasiva observadora a constructora de su propia realidad, multiplicando así, los enfoques de los hechos.

### **3.19 Proceso de producción del discurso periodístico en el diario**

Para producir un periódico es necesario el esfuerzo cotidiano de un equipo importante de personas. Afuera, en la calle, están los cronistas que hacen la cobertura de los hechos, los corresponsales de determinadas fuentes o temas que requiera el medio, los enviados especiales destacados en determinados acontecimientos de trascendencia y los reporteros gráficos. Pero, este trabajo es complementado con los redactores y editores de mesa, que están en las salas de redacción de los periódicos,

quienes producen los textos y procesan el material que les suministran sus compañeros o que es enviado por las agencias de noticias. (Di Palma, 2010. P. 45)

La tarea de estos redactores, es el de corregir errores ortográficos o sintácticos, ajustar el material al estilo del diario, definir elementos tipográficos y de diagramación, titular el material, y seleccionar las ilustraciones. En cuanto a los editores, es la de seleccionar el material e indicar lo que está en condiciones de ser incluido en las páginas del diario. La decisión final la tomará el editor en jefe del periódico. El editor general y un equipo de redactores se encargan de elaborar el editorial con el cual se da a conocer la opinión del periódico. Los colaboradores permanentes, escriben artículos, notas y ensayos. (Di Palma, 2010. P. 46)

Todas las actividades antes mencionadas sobre el procesamiento de los textos e ilustraciones en la sala de redacción, se facilitan con la utilización de los sistemas informáticos, que permiten el uso de software específicos para esta tarea. Estos programas permiten editar textos, fotos y gráficos, diseñar páginas, crear o administrar distintos proyectos de diagramación o maquetación y crear archivos PDF, entre otras funciones.

Pero además, de las herramientas tecnológicas existe una ayuda extra que proviene de los manuales de estilo, elemento ampliamente usado por los periódicos tradicionales y que resulta una guía muy importante a ser considerada por la producción de periódicos universitarios. Por lo cual, es recomendable, más no limitativo, la presencia de un manual de estilo propio para las publicaciones universitarias, para la formación y continuidad de una imagen ante la opinión pública, garantía de disciplina periodística, y como elemento de consulta y análisis en la construcción del discurso periodístico.

### **3.20 El manual de estilo**

Para la redacción del material informativo se usa como guía el manual de estilo que contienen normas y pautas de trabajo en las que se apoyan los periodistas para desarrollar el trabajo. De acuerdo con Gustavo Páez (2003, P.5) el manual de estilo “es el lugar en el que un diario se define así mismo, se obliga a seguir ciertas reglas de presentación, redacción, argumentación y normas de conducta”.

Entre las normas y pautas se encuentran las declaraciones de principios, ética y valores del medio, además de las indicaciones sobre las formas de redacción, gramática, ortografía, léxico y diagramación. También pueden incluirse diccionarios de dudas, datos geográficos, históricos e institucionales, explicación de terminología y otros aspectos que se consideren pertinentes. (Di Palma, Gustavo, 2010. P. 47).

Algunos de los manuales considerados para este trabajo de investigación son, del diario venezolano, El Nacional; los diarios españoles, El Clarin y El País; y del diario argentino La Voz. Y como anteriormente se mencionó, en estos manuales exponen lineamientos de redacción, de normas discursivas que indican la presencia de géneros periodísticos.

### **3.21 Los géneros periodísticos**

Cuando el lector se acerca al periódico para informarse puede darse cuenta que los contenidos están presentados de diferentes maneras, es la forma como se representa la realidad a través de diferentes formas discursivas que indican la presencia de géneros periodísticos, que se diferencian según la intencionalidad del trabajo realizado por el periodista, que puede informar, investigar, explicar, o comentar. Sin embargo, los géneros periodísticos no son estáticos, pueden producirse hibridaciones, donde una línea muy delgada los separa, y pueden llegar a mezclarse con elementos que son propios de los géneros literarios como el cuento, el ensayo y la

novela. En el desarrollo del siguiente apartado se expondrá una corta historia de los géneros periodísticos, su clasificación según el Centro Interamericano para la Producción de Material Educativo y Científico para la Prensa (CIMPEC), organismo que depende de la Organización de Estados Americanos (OEA) (Di Palma, 2010)

### **3.21.1 Recorrido histórico de los géneros periodísticos**

Desde el punto de vista histórico, los autores Armañanzas y Díaz Noci (1996) citado por Di Palma (2010, P. 49), diferencian las etapas del periodismo ideológico, del informativo, del interpretativo. El periodismo ideológico se mantuvo en la palestra hasta el final de la Primera Guerra Mundial, cuando la prensa comenzó a competir con la radio y luego con la televisión. Entonces, la prensa tuvo que transformarse en un fenómeno de masas, consolidando primero el periodismo informativo, y luego, el interpretativo. El periodismo informativo tomó lo popular aprovecharlo para explotar el lado sensacionalista, con fines comerciales. Luego, a partir del año 1950, cobró espacio el periodismo interpretativo, que le explica al público los hechos, le da los antecedentes y analiza el contexto. (Di Palma, 2010. P. 51).

### **3.21.2 Tratamiento de los géneros periodísticos en la diagramación de periódicos**

Al observar diferentes diarios se puede encontrar similitudes en cuanto a la forma como son dispuestos los textos creados a través de determinados los elementos gráficos. Por ejemplo, la mayoría de los diarios y semanarios identifican con claridad el tipo de texto que colocan en el medio, si es un análisis, un informe especial, un nota o entrevista. Los textos opinativos, cuyo contenido de por sí lo diferencia de los demás géneros, es diferenciado a través de la tipografía y la diagramación. En el caso de los editoriales, estos son dispuestos en un área específica del periódico, y se le ubica en una página concreta para este tipo de texto. Así mismo, los periódicos

emplean la distribución de los textos en secciones y sub secciones, que a su vez se corresponden a categorías de enfoques o líneas de pensamiento de la opinión pública, tales como, política, economía, deportes, entre otras. (Charadeau, 2003, citado por Di Palma, 2010. P. 52).

### 3.21.3 Clasificación de los géneros periodísticos

Di Palma simplifica la clasificación de los géneros periodísticos con sus respectivas formas o modelos, de la siguiente manera:

- Género informativo: noticia, información, crónica, entrevista o reportaje, biografía, nota.
- Género interpretativo de explicación: crónica, entrevista o reportaje, nota, biografía.
- Género de opinión: artículo columna, comentario, crítica, editorial.
- Género de imágenes: ilustraciones informativas, ilustraciones complementarias, ilustraciones seriadas, retratos, fotografías, mapas, planos, croquis, gráficos, notas gráficas, infografías.

Ahora la explicación de cada género a grandes rasgos:

#### - **Género informativo**

**Noticia:** Según Vicente Leñero y Carlos Marín<sup>57</sup> en la “noticia se informa el hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa.” Según Olga Dragnic (2006. P. 181), la noticia es la forma periodística mediante la cual, se transmite la versión de un hecho, ocupándose de manera exclusiva a lo factico. Para Carlos Wagner, apoyado en la teoría de Martín Alonso (Carlos Wagner, p. 20), la noticia

---

<sup>57</sup> Vicente Leñero y Carlos Marín (1986, p. 40, citado por Di Palma, 2010. P. 53

está influenciada los factores que provocan que un hecho se convierta en noticia, con mayor o menor interés para los lectores son: actualidad, trascendencia, prominencia, proximidad física y mental, expectación, rareza, conflicto, humano emotivo, progreso, hazaña, magnitud, transgresión a la ley.

Por su parte, Olga Dragnic, además señala los elementos infaltables de la noticia, que son las respuestas a las seis preguntas clásicas que se hacen sobre un hecho, para construir una información: qué pasó, quién lo hizo, cuándo lo hizo, dónde, cómo, y por qué ocurrió. Las respuestas a estas preguntas serán presentadas en la noticia según la valoración social que se tenga de ellas. (Olga Dragnic, 2006)

Para distribuir cada uno de los elementos constitutivos de la noticia se hace uso del sistema de la pirámide invertida, que consiste en una división triangular: encabezamiento o lead, cuerpo y cola. Dentro de las recomendaciones que ofrece Wagner en la redacción de las noticias están, se debe escribir una buena entrada, para lograr un buen título; hay que contestar por lo menos cuatro de las preguntas antes mencionadas para escribir la noticia; las personas citadas en la noticia debe aparecer nombre, apellido y el cargo o profesión que lo hace aparecer en la noticia; las noticias se redactan en pasado para lograr más dinamismo; no se deben cambiar los tiempos verbales. (Carlos Wagner, 2000. P. 27)

#### - **Género informativo-interpretativo**

**Crónica:** Para Gusta Di Palma (2010) la crónica es un relato detallado de los hechos, que puede incluir comentarios por parte del periodista a partir de su percepción sobre distintos aspectos del suceso y su contextualización. Por su lado, Olga Draganic (2006) en la crónica se sitúan los escritos cronológicos de los grandes acontecimientos narrados por sus protagonistas o por los testigos directos o indirectos. Se pueden distinguir tres clases de crónica: la que tiene similitud con la noticia, por la escasa preponderancia de los comentarios; la que ofrece una mayor

cantidad de comentarios o acotaciones del cronista; y la que hace interpretaciones acerca de los hechos. La crónica pues narra hechos policiales, manifestaciones sociales, actos políticos, conferencias, asambleas, competencias deportivas, viajes, entre otros sucesos. La crónica también está compuesta, como la noticias, de un titular, lead, cuerpo y cierre. Se utiliza para la redacción del discurso bien la pirámide normal, con introducción, nudo y desenlace; o la pirámide invertida, utilizada en la noticia. (Di Palma, 2010. P. 57)

**La entrevista:** Carlos Wagner, conceptualiza la entrevista como, un diálogo que sostiene un reportero con otra persona, que posee datos que el reportero desconoce, pero que le interesa para darlos a conocer a sus lectores (Carlos Wagner, 2000). Para Olga Dragnic (2006) la entrevista es un método indagatorio, pero como género es un diálogo explícito o implícito con la fuente. Existen varios tipos de entrevista, de noticia, de opinión, y de personalidad. (Dragnic, Olga, 2006. P. 96)

Una persona es entrevistable de acuerdo a Jorge Halperín (1995), cuando: tiene información, es un personaje famoso o curioso, representa algo, es dueño de un saber valioso o de ideas trascendentes, fue testigo de un hecho o es un personaje clave en un determinado momento (Di Palma, 2010. P. 64). En la entrevista se recomienda hacer preguntas cortas y concretas, dejando hablar al entrevistado. En la transcripción se deben condensar las respuestas, pero, sin mutilar las ideas. La entrevista es un contacto interpersonal que debe ser pautado con anticipación, y requiere de cierta preparación sobre el sujeto que se va entrevistar (Di Palma, 2010. P. 63)

**Encuesta periodística:** Esta práctica implica la formulación de un determinado cuestionario dentro de una muestra de población, que se conforma mediante procedimientos científicos (Di Palma, 2010. P. 67) Se caracteriza por su espontaneidad y rapidez en su aplicación. El cuestionario de una encuesta periodística generalmente, está conformada por pocas preguntas, cerradas o abiertas,

puede ser realizada de manera personal, a través de un cuestionario escrito o vía telefónica. (Di Palma, 2010. P. 67)

Puede distinguirse dos tipos de encuesta periodística: encuesta popular (con muestreo al azar, puede basarse en sexo, edad u otro), y la especializada (los entrevistados son personas conocidas, de las cuales se requiere opinión especializada). Las encuestas pueden ser integradas a una crónica o un informe especial, ya sea como tema central o complemento de algún contenido. (Di Palma, 2010. P. 68)

**Reportaje – nota – informe especial:** Es la forma discursiva más completa que se pueda desarrollar. El reportaje investiga, describe, informa, entretiene, documenta. (Leñero y Marín, 1986. P. 43). Martínez Albertos, se enfoca en el estilo literario que caracteriza a este género, porque su estilo tiene libertad expresiva, pero dentro de los límites que son, relato en tercera persona, situado en la exterioridad del relato, sin expresión de sentimientos. (Martínez Albertos, J., 1988. P. 314). Es común en la actualidad que los reportajes contengan fotografías, infografías, que enriquecen la presentación. También a este género se le agregan despieces, que son notas subordinadas, columnas de opinión o análisis especializados, referentes al tema central investigado. Además se integra al reportaje, textos de apoyo como antecedentes, datos complementarios o párrafos destacados. (Di Palma, 2010. P. 70)

En cuanto a las fuentes para estos reportajes, el periodista debe ser especialmente cuidadoso de corroborar los datos que en estos trabajos se publicarán, porque es importante para este género la credibilidad. El estilo de redacción de un reportaje, es en tercera persona y es tan libre como la crónica. En líneas generales la estructura consta de, titular, entrada o introducción, cuerpo, cierre o remate.

#### - **Género interpretativo**

**Análisis:** El objetivo del texto de análisis es explicar los hechos, con libertad técnica o de estilo, para expresar sus conocimientos. Es un material interpretativo, que además de agregársele los hechos, se agregan las causas y efectos para valorarlos y razonarlos por el lector. El manual de estilo del Clarín señala que, es un texto que contextualiza la información, interpreta su sentido, y hasta puede ofrecer predicciones. Pero estas interpretaciones deben estar sustentadas en información y no en opiniones personales. (Di Palma, 2010. P. 77). Su estructura se basa en primero una entrada con la proposición o tesis sobre la cual va a girar el tema, luego viene el desarrollo con datos que avala la información inicial y una conclusión que refuerza el planteamiento. El titular tiene un estilo explicativo, que ayuda al planteamiento inicial. (Di Palma, 2010. P. 78)

#### - **Género de opinión**

**Editorial:** El editorial es un texto que refleja la opinión de la empresa periodística sobre los temas más importantes de la actualidad, especialmente políticos y económicos. En otro orden de ideas, se puede definir como la expresión institucional de la línea ideológica del medio. Generalmente, se publica en una página fija, en la que se ubican otros artículos de opinión. No contiene firma y su tipografía en cuanto a título y cuerpo textual es distinto al resto del contenido del periódico. Su valor es institucional. El discurso se construye con un título, introducción, cuerpo, cierre (Di Palma, 2010. P. 79)

**Artículo de opinión o comentario:** Es el comentario del periodista o de una persona de reconocido prestigio, por medio del cual se expresa un punto de vista o postura crítica sobre un tema. El artículo de opinión está dentro del registro argumentativo, pero en este caso el autor se responsabiliza por los conceptos emitidos en él, por lo que este trabajo se publica firmado. El material de opinión puede ser

expositivo, reflexivo, o exhortativo. El artículo de opinión puede escribirse en primera persona. Sobre la estructura, puede tener la siguiente distribución su contenido: título, introducción, cuerpo, cierre. (Di Palma, 2010. P. 83)

**Columna:** Las columnas son artículos firmados que aparecen en forma habitual en una sección fija del periódico, con un título general que los distingue y con una extensión uniforme. Su redacción se encarga al mismo periodista o colaborador. Para su fácil ubicación e identificación, las columnas tienen un tratamiento tipográfico y de diagramación característico. En estas columnas se abordan variadas temáticas. (Di Palma, 2010. P. 84)

**Crítica:** Una crítica es una valoración que hacen los periodistas especializados en temas del ámbito cultural y del espectáculo, en sus respectivas secciones. Esto implica un análisis y emisión de juicios de la obra artística sobre la cual se tratará. Es un texto argumentativo, que puede denominarse reseña. Sus objetivos son el de persuadir y orientar al público sobre las características de la obra de artística, por lo cual el profesional deberá estar lo suficientemente formado sobre nuevas tendencias estéticas y creativas. La crítica o reseña, requiere un alto valor ético profesional, ya que su opinión puede llegar a utilizarse como publicidad en contra de alguna obra y puede estar sometido a presiones económicas o comerciales del medio artístico. (Di Palma, 2010. P. 89)

### **3.22 Importancia de la construcción de titulares en el discurso periodístico**

Los titulares informan cuando acompañan a una noticia o crónica, reflejan una intención explicativa en los informes especiales y tienen carácter de valoración y enjuiciamiento en los materiales de opinión. La redacción de los titulares conlleva una gran dosis de creatividad, contiene un valor connotativo, más que denotativo, a través de juegos de palabras y frases irreverentes e irónicas. Las funciones básicas de los titulares son identificar (individualiza al periódico frente a otros), informar

(sintetiza el contenido del texto), y apelativo (atrapa el interés del lector). (Di Palma, 2010)

Un titular está conformado por, título, antetítulo, el cintillo, subtítulo, y sumario. Y, en el cuerpo de los textos se intercalan subtítulos o también llamados destacados. Ahora bien, de manera detallada, a través del autor Di Palma, se explica, cada una de las partes del titular posee características particulares:

**Título:** como elemento principal, enuncia con claridad el hecho, da la información más importante, y por ello, se usa una tipografía destacada que refleja una mayor valoración del tema.

**Antetítulo:** es el elemento que aparece arriba del título, Sus funciones son, ubicar geográficamente y temáticamente la información o agrega más información al título.

**Subtítulo o bajada:** amplía el título, lo sostiene y alimenta. Está constituido por una o varios enunciados breves, que pueden no tener relación entre sí, pero que da continuidad a la lectura cuando se lea el texto.

**Cintillo:** enuncia un tema, que será desarrollado a través de varias páginas y por un tiempo prolongado (días o meses), es una breve oración sin verbo, se ubica siempre en el margen superior de la página y se repite en todas las páginas en las que se tratan las noticias relacionadas con el tema que se presenta.

**Intertítulo o subtítulo:** son los títulos breves que se colocan entre los párrafos del texto periodístico, a un lado o al centro de la columna, con el objetivo de separar bloques temáticos o como recurso tipográfico o de diseño.

**Destacado:** es un elemento de diseño que sirve para resaltar frases textuales o conceptos generales de una noticia. Con este recurso se busca romper la masa gris de puro texto, y dar mayor armonía a la página. Con este elemento se puede atraer la atención del lector.

### 3.23 Consideraciones finales de la construcción discursiva de los periódicos

- **Características del discurso periodístico:** En base a las posturas establecidas por Noemí Padilla, (2000) y Eva Salgado (2005), en la construcción del discurso de los trabajos periodísticos, están presentes las siguientes características principales<sup>58</sup>: predominio de la tercera persona; claridad y vivacidad, en la transmisión de hechos o ideas; estructura lógica y ordenada del texto; brevedad, determinada por la limitación de espacio; sencillez, en el empleo de palabras de uso común; exactitud, en los hechos y en las palabras que utiliza. Además, está presente; un discurso ágil y dinámico, que evita lo que retarda el ritmo, como gerundios, excesiva adjetivación; hábil utilización de nombres propios, pronombres personales, citas, preguntas y frases; para ayudar a visualizar los hechos, se sustituye la palabra abstracta por una o varias concretas; las ideas generales se ejemplifican por medio de descripciones o comparaciones; se le da importancia a la entrada y al final, para captar la atención del lector; se exponen rápidamente los principales datos o ideas y se cuida la redacción de las últimas frases.

- **Claves del discurso periodístico:** Las principales claves del discurso periodístico son: cualquier tema es de interés para el medio y su público; la universalidad de la procedencia de la noticia, de la fuente, de los canales de transmisión y de las audiencias; la despersonalización de las noticias, que son destinadas a públicos objetivos y también a individuos no intuidos por el medio;

---

<sup>58</sup> Noemí Padilla, (2000) “Sociedad y texto: La construcción del discurso periodístico”; y Eva Salgado (2005) Análisis del discurso periodístico. Recuperado el 01 de septiembre del 2011, de <http://www.taringa.net/posts/info/3860400/El-Discurso-Periodistico.html>

tratamiento desigual, dependiendo del periodista, del interés del periódico, del espacio disponible, de las fuentes; redundancia o saturación, con la misma noticia u omisión de asuntos de posible interés; interpretación de la realidad a través del código ideológico de cada periódico; se exagera la publicación de las informaciones para satisfacer la curiosidad cotidiana, en informaciones sobre moda y espectáculo; cuando la información ya no es de actualidad, se reutiliza para nuevas informaciones.<sup>59</sup>

- **Estrategias empleadas en el discurso periodístico:** Por otra parte, los medios impresos aplican dentro de su discurso, estrategias estándares en sus afirmaciones para persuadir (Noemí Padilla, 2000 y Eva Salgado, 2005), entre ellas están: descripción directa de los acontecimientos, usando las evidencias de testigos cercanos, o de otras fuentes fiables (las autoridades, personas respetables, los profesionales). También, se indica precisión y exactitud, empleando las cifras para personas, la hora, y los acontecimientos; utilización de citas directas de las fuentes, donde las opiniones desempeñan un papel importante, se mencionan condiciones o causas, y se describen posibles consecuencias. Pueden presentarse los hechos que hagan surgir emociones fuertes, para que las memorice el lector; y se citan antecedentes u opiniones distintas acerca de esos acontecimientos, para reflejar credibilidad.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup>Noemí Padilla, (2000) “Sociedad y texto: La construcción del discurso periodístico”; y Eva Salgado (2005) Análisis del discurso periodístico. Recuperado el 01 de septiembre del 2011, de <http://www.taringa.net/posts/info/3860400/El-Discurso-Periodistico.html>

<sup>60</sup>Noemí Padilla, (2000) “Sociedad y texto: La construcción del discurso periodístico”; y Eva Salgado (2005) Análisis del discurso periodístico. Recuperado el 01 de septiembre del 2011, de <http://www.taringa.net/posts/info/3860400/El-Discurso-Periodistico.html>

### 3.24 El rediseño de periódicos

#### 3.24.1 La historia del rediseño en los medios impresos

En un principio no se tomaba en consideración la importancia del aspecto gráfico de los diarios. Sin embargo, las guerras cambiaron esa concepción, como pasó con la Segunda Guerra Mundial, cuando los diarios le dieron la entrada al tratamiento interpretativo de sus informaciones, tan necesario para comprender los sucesos de aquella época; y que luego sería imprescindible para competir por la audiencia, con el auge de la televisión y con la prensa underground o alternativa<sup>61</sup>. Con el nuevo género periodístico junto con las influencias de la TV, las revistas y la prensa alternativa, los diarios; los periódicos se sintieron estimulados por el estilo libre en el diseño de páginas. Entonces, se confió en los expertos en diseño gráfico, para darle una forma atractiva a las noticias. El rediseño empezó a hacer historia y fueron vistiéndose los periódicos con el color, las imágenes, la nueva tipografía, los espacios blancos, las infografías, entre otros recursos. (Wilson Agudelo, 1995. P. 106)

De acuerdo a Mario García (1991. P.13), fue durante la década de los sesenta que los periódicos empezaron a hacer experimentos tipográficos y de confección, "ayudados quizá por el empleo del tipo frío y los conocimientos generales de la época". Mario García hace referencia al trabajo de Peter Palazzo quien reestructuró el New York Herald/World Tribune en los primeros años sesenta, donde "las páginas diseñadas por Palazzo muestran lo que muchos han considerado un estilo

---

<sup>61</sup> Fernández Chapou, Maricarmen. Las letras del nuevo periodismo El periodismo de investigación y denuncia, heredero de los trabajos que ciertos periodistas críticos, los muckrakers, realizaron a principios del siglo XX; la prensa underground, que atendía las necesidades de los marginados del sistema que la prensa convencional ignoraba, al igual que la novela de no-ficción, que llevaba la realidad al campo de la ficción, fueron las semillas de este nuevo movimiento que se gestaba desde el periodismo y para el periodismo. Una corriente que se fundía con la literatura pero que iba mucho más allá, hacia una actitud renovadora, creativa y comprometida que, al menos por aquellos días, revolucionó la profesión de los literatos menores: los periodistas. Recuperado el 03 de septiembre del 2011, de <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/fmb/foromex/nuevoperiodismo.htm>

vanguardista para aquella época: abundante en blanco (un pecado, en aquellos tiempos), grandes fotografías, variación de tipos, ordenación del contenido, y un sentido de continuidad". Lo que hizo Palazzo fue adaptar el formato, el diseño y la estrategia gráfica de las revistas, a un gran periódico diario. (Wilson Agudelo, 1995. P. 107)

Ya en la década de los setenta, los editores de periódicos vieron la necesidad de producir páginas más atractivas gráficamente. Ejemplos de esta tendencia fueron los periódicos *Newsday*, *Louisville Courier/Journal*, *Today* (Cocoa, Florida), *Christian Science Monitor*, y *Minneapolis Tribune*, entre otros; los cuales, hicieron experimentos con nuevos estilos, titulares más pequeños, fotos más grandes, y una mejor clasificación del contenido. (Wilson Agudelo, 1995. P. 108). Mario García, señala al respecto que, "a mediados de la década de los setenta había por todas partes periódicos que daban un nuevo significado a la vieja palabra estilo o, mejor aún, añadieron un estilo gráfico a sus publicaciones". (Mario García, 1991. P.14)

Para los años ochenta, el papel del periódico se complica ante el avance de la televisión en el área informativa. Wilson Agudelo (1995) cita el estudio realizado por el Departamento de Comunicaciones de la Universidad del Estado de Michigan, para explicar, el por qué las noticias de la televisión son más fáciles de asimilar por el espectador que las de la prensa escrita: "No requiere tanto esfuerzo mental por su parte y no les recuerda su incapacidad (a los analfabetos) para digerir la letra impresa". (Mario García, 1984. P. 33).

Entonces, el informe sugiere a los directores de los periódicos que introduzcan cambios análogos en el formato y contenido de los periódicos, renovación de los tipos, utilización en abundancia de fotos en color, titular con "garra" y dar al conjunto un aspecto atractivo. Se entendió entonces, que la única forma de conseguir la atención del lector era ofreciendo un periódico de calidad. Wilson Agudelo (1995) cita a John Brooks, del *Toronto Star*, para mencionar las

cinco palabras que describen a un periódico de calidad: (1) legible, (2) adecuado, (3) local, (3) urgente y (5) estimulante. (Wilson Agudelo, 1995. P. 109)

De esta manera, es cada vez más periódicos buscan en la televisión ideas para sus páginas, por ejemplo, las nuevas secciones "Home", "Living" y "Weeckend" del New York Times, estarían inspiradas en la televisión. (Wilson Agudelo, 1995. P. 109) Incluso, además de imitar ciertos aspectos de la televisión, se hizo lo mismo con las revistas. Por ejemplo, los periódicos se puede observar el uso de fotos muy grandes, encuadres llamativos, en sus primeras páginas, figuran el empleo de líneas sin justificar, tipos sans serifs, columnas más anchas, artículos recuadrados y despliegues a doble página, aspectos característicos de las revistas. (Wilson Agudelo, 1995. P. 110)

Las transformaciones en los periódicos a nivel gráfico se han hecho notar. La primera plana de hoy se califica de "individualizada" porque se adapta no sólo a las necesidades de las noticias del día y al contenido fotográfico sino también a las del lector. Depende cada vez más de un enfoque visual y creativo por cuanto es decisivo saber colocar los elementos. Aun cuando existe una mayor libertad para la colocación de textos, titulares y fotos, con abandono de las normas tradicionales, sigue siendo el contenido el factor determinante para definir la utilización de los medios gráficos en el libre diseño de la página. (Mario García, 1984. P. 49)

En cuanto a las columnas, la mayor parte de los periódicos han abandonado el empleo de las columnas estrechas y han adaptado en sus páginas un formato de columnas más anchas. Esto gracias a la autoedición, que al facilitar el diseño, ha posibilitado que algunos periódicos utilicen diversos anchos de columna en la misma página, lo que puede dar origen a un interés gráfico, pero también, si no se tiene cuidado, introduce cierto grado de confusión en la composición. (Wilson Agudelo, 1995. P. 110)

Pero, los cambios proseguirían cuando se desarrolló la era de la informática a mediados de la década de los ochenta, la cual, aceleró los cambios en el diseño de los periódicos. Fue así, como los periodistas quedaron libres para usar todas las herramientas de edición visual, dejando que la capacidad creativa fuera la única limitación posible. (Wilson Agudelo, 1995, P.111)

Lo anteriormente expuesto, deja ver como las innovaciones toman las agendas de los principales diarios del mundo, incluyendo las de aquellos conservadores y celosos de la imagen que habían consolidado, como por ejemplo: The Times, Le Monde, The New York Times, The Daily Telegraph, Die Zeit y Libération. Los motivos de esos cambios son diversos, incluyendo la búsqueda de nuevos lectores. Ahora publican para los de la periferia, para el hogar, o a bajo precio y con titulares sensacionalista. (Wilson Agudelo, 1995. P. 111)

Se abrieron las puertas a secciones anteriormente prohibidas: la de barrios periféricos, reportajes sobre minorías étnicas, artículos de sucesos (caso O. J. Simpson) o sobre chismes de la casa real británica en la portada, suplementos de modas y nightclubs, páginas de sociales con fotografías. Y en diseño, la mancha gris, comenzó a presentar fotos y gráficos en color. El rediseño contó con la aparición de suplementos sobre libros y televisión, sobre viajes y otros asuntos utilitarios. Además, se presentó un cambio especial con la separación clara entre opinión e información. Estos cambios, les permitieron a los periódicos recuperar parte del espacio perdido de la publicidad. (Wilson Agudelo, 1995. P. 112)

### **3.24.2 El rediseño de periódicos en los Estados Unidos**

El diario estadounidense USA Today fue el que "cambió la forma en que el mundo lee el periódico", gracias a la invención de Alan Neuharth, director general de la red de diarios Gannett, en Washington, en 1982, con esta publicación con un formato ágil, lleno de color, con textos breves que facilitan la lectura y minimizan el

tiempo necesario para informarse. Un periódico dividido en cuatro cuadernos: Noticias (News), Dinero (Money), Vida (Life) y Deportes (Sports), usa profusamente infografías creando un ambiente atractivo que puede convertir a la lectura al más resabiado "no lector". (Mario García, 1984. P. 43). Muchas publicaciones de todo el mundo han diseñado sus páginas siguiendo el modelo USA Today que creó un aspecto poco ortodoxo, uso de colores en tono pastel y cuadros infográficos. (Wilson Agudelo, 1995. P. 117)

### **3.24.3. El rediseño de periódicos en América Latina**

Por su parte, en América Latina, hay una ola renovadora, con cambios que han mejorado la relación de los periódicos con el público lector, que había experimentado una retirada del medio impreso, y que ahora, retornó atraído por una imagen amplia, atractiva y amigable de leer. Periódicos que combinan diseño y contenido para servir mejor al lector y a la comunidad, con tecnología de punta, se construye electrónicamente desde la redacción hasta la impresión, con cuerpos a color, y suplementos especiales. Así pues, los cambios han ido desde la adopción del color, cambios en la tipografía, en el logotipo /cambios en tipografía y color. (Wilson Agudelo, 1995. P. 121)

Ejemplo de rediseños exitosos en Hispanoamérica se ven con el diario Reforma, de México, el cual fue reconocido como uno de los 20 periódicos mejor diseñados del mundo en 1995, según la exclusiva selección de la SDN, entre los que aparecen cuatro españoles (El País y Expansión de Madrid, La Vanguardia, Barcelona, y Diario de Noticias , Huerta, Pamplona). Un diario que hace uso de tecnología de punta, tiene entre ocho y once cuerpos a color, e incluye los domingos dos suplementos especiales. (Wilson Agudelo, 1995. P. 121)

Otro caso de rediseño, se da en Colombia, con el diario El Tiempo de Santafé de Bogotá, que 1988 culminó un proceso de rediseño de 16 meses, dirigido

por el destacado profesor cubano-estadounidense Mario García con la asistencia de los colombianos Ponto Moreno y el exredactor de Le Monde, José Hernández. El Tiempo cambió al diseño modular, reorganizó las secciones, introdujo nuevos formatos para las noticias cortas y el reportaje, controló el espacio de la publicidad en las páginas, especialmente en la portada, cambió la tipografía por la Times New Roman (títulos y texto) y Franklin Gothic (antetítulo). En cuanto al color, los diseñadores experimentaron durante cuatro meses hasta obtener una paleta de 400 tonos que le dan un sello propio a sus colores. Dos años después, Moreno y Hernández modificaron la edición dominical al introducir el concepto de revista, prefiriendo los reportajes y destacándolos mediante fotos amplias y mayor color. (Wilson Agudelo, 1985. P. 123)

#### **3.24.4 El rediseño de periódicos en Venezuela**

Algunos diarios que actualmente siguen circulando en el país y otro que ya no lo están, se sometieron en su momento a procesos de rediseño en su publicación, de la mano de los avances tecnológicos que fueron llegando al país en materia de impresión, edición, y distribución de los medios impresos. La optimización de la imagen, buscó mejorar el posicionamiento de estos medios dentro de la opinión pública, aumentar sus lectores, o mejorar las ventas de espacios publicitarios en sus páginas. A continuación una muestra de diarios venezolanos que han sido rediseñados.

- **El Diario de Caracas:** El Diario de Caracas, fue un periódico que nació en 1979, con páginas a full color, en formato tabloide, con diagramación rectangular en 5 columnas. Según expone Adriana Del Nogal (2001), este diario fue el primero en editar “normas y estilos” para su redacción y diseñadores. Allí se definió un modelo tipográfico fundamentado en la Times New Roman con claras disposiciones de cuerpos y variantes para cada elemento. Solo se admitían cambios de tipografía en la página de la Editorial y en artículos de opinión. (P. 73). En su reaparición en 1998,

su diagramación variaba de rectangular a entrabada, presentaba ciertos problemas en su coherencia gráfica, ausencia de definición tipográfica, uniformidad ilustrativa, y en la unidad informativa. Dichos problemas se trataron de subsanar pero sin éxito, este periódico ya no está en circulación, dejando como legado la metodología de la premaqueta. (Elsy Torres, 2002. P. 78)

- **Últimas Noticias:** Este diario nacido en 1941, tiene formato tabloide, el cual con lenguaje sencillo logró calar entre sus lectores. Su esquema gráfico era el de ubicar un gran titular y foto en primera página; y se rodeaba con informaciones de menor tamaño. Su retícula era de 5 columnas inicialmente, luego paso a seis. Luego en el año 2000, inicia un proceso de rediseño que culminó a mediados del 2002, el cual consistió en, integrar color a sus páginas, en algunas como la portada y la contraportada; y luego, en la totalidad de sus páginas; ordenaron la publicidad por módulos y categorías, replantearon los cabeceros de cada sección; y ahora se completa la información con despieces, apoyos, entre otros recursos. (Elsy Torres, 2002)

- **El Nacional:** Periódico en formato estándar que nació en el año 1943, comenzó como todos los diarios venezolanos en blanco y negro, para luego darle cabida al color paulatinamente y llegar a imprimir a full color todas sus páginas (Eleazar Díaz Rangel, 2007). En su proceso de rediseño en el 2007, la cabecera sufrió un cambio importante, junto a su logo. Se eliminó su tradicional forma de organización por cuerpos A, B, C, D y se organiza ahora por colores. En el primer cuerpo se presenta el acontecer nacional; el segundo cuerpo, está el periodismo de servicio al ciudadano; luego la sección de Deportes. Además, agregaron una sección Escenas, donde mezclan espectáculos y cultura, en un cuerpo en formato tabloide mientras el resto del periódico es estándar.

- **El Universal:** Este diario salió a la venta en 1909, contenía noticias políticas, económicas, de interés comunal, sucesos y notas pintorescas distribuidas de

manera indistinta en portada o contraportada. Con formato estándar, en 1911, el periódico cambió por primera vez y apareció con ocho páginas. En 1930, La edición del periódico comenzó a salir de 18 páginas, a siete columnas. En 1998, se incorporó el color a las páginas del periódico y así mismo, se agregó un quinto cuerpo, dos publicaciones de circulación semanal, y se añadieron varias secciones sobre temas varios.<sup>62</sup>

- **El Mundo:** Este periódico que surgió en 1958, en blanco y negro, de formato estándar; en el año 2003, apareció con un nuevo y renovado diseño gráfico y editorial. Fue relanzado, se agregaron nuevos columnistas, se creó una página de entrevistas, una de humor, y una sección temática semanal. En el año 2005 El Mundo recibió el Premio Nacional de Periodismo, mención diagramación por su “estilo propio de diagramación, moderno y versátil”<sup>63</sup>. Luego, en el 2009 deja de circular El Mundo como vespertino y se transforma en un diario matutino especializado en economía y negocios.

### 3.24.5 El rediseño de periódicos universitarios

Poco hay documentado sobre las diferentes transformaciones que han tenido los periódicos universitarios que hacen vida en las universidades del país. Por la corta edad que tienen, muchas no han tenido modificaciones importantes en sus versiones impresas. Algunas han hecho uso de nuevas tecnologías mejorando sus ediciones, otras han modificado secciones, tiraje, distribución de los elementos, adicionan color a las páginas que antes eran editadas en blanco y negro. Incluso, algunos periódicos universitarios han dado el salto a versiones digitales y hasta han abierto sus propias páginas web y blogs.

---

<sup>62</sup> <http://www.eluniversal.com/fam/historia.html>

<sup>63</sup> [http://www.minci.gob.ve/pagina/1/13839/ganadores\\_del\\_premio.html](http://www.minci.gob.ve/pagina/1/13839/ganadores_del_premio.html)

Con respecto a la adición de nuevas secciones, esto puede corresponder, a las peticiones de la comunidad universitaria por saber sobre determinados temas. Además, las modificaciones en el número de páginas, está íntimamente relacionado al factor económico, por falta de recursos en determinado momento que les impide imprimir el número de páginas originales de la publicación; o bien, puede deberse a poco material informativo y por tanto, no se puede llenar la totalidad de las páginas del periódico. En fin, una publicación universitaria posee ese rasgo de flexibilidad que le permite jugar dentro de ciertos parámetros con las características del periódico. Pero, esta misma condición, puede conferirle inestabilidad a la hora de ser tomado en serio por sus lectores, como una publicación de peso, por su falta de continuidad gráfica e informativa.

Es tan importante el posicionamiento de la imagen de un periódico y el especial cuidado que debe ponerse en la distribución armónica de los diferentes elementos que conforman a un periódico, bien sea un medio tradicional, o un periódico universitario; que por esta razón, el presente trabajo de investigación a través de su objeto de estudio, el periódico universitario Tierra de Nadie, propone el proceso de rediseño como una tarea necesaria cuando se desea hacer más atractivo el diseño gráfico y el contenido, de una publicación universitaria.

#### **3.24.6 Una muestra de rediseño en periódicos universitarios**

**El Ucabista:** nació como publicación universitaria, en el año 1995, en Caracas, con 12 páginas y un equipo de estudiantes novatos en el área periodística, de la Universidad Católica Andrés Bello. Una publicación impresa toda en blanco y negro, con la integración de fotos en su portada, junto a textos que servirían de guía para el contenido en su interior. En 1996, comenzó a imprimirse su portada a full color. En 1997, cambio de papel de newsprint a bond, más blanco. En el año 1999, cambio a formato más pequeño, volvió al newsprint, y se sometió a su segundo

rediseño completo del periódico. Posteriormente en el 2000, se realiza el tercer rediseño, con un montaje en columnas impares, dejando una columna libre.<sup>64</sup>

**Tierra de Nadie:** La publicación Tierra de Nadie vio la luz, en el año 2006, con su edición N°0, a 12 páginas y con un formato tipo tabloide. Este periódico estuvo bajo la Dirección editorial de la Dirección de Información y Comunicación de la UCV y contó con la colaboración de estudiantes de la ECS-UCV. Surgió de la necesidad que tenían las autoridades universitarias de brindar un órgano informativo que llegara a la población juvenil Ucevista. Así, que en sus comienzos fue un órgano informativo de la institución, y luego paso a ser producido por estudiantes de la ECS-UCV, quienes asumieron el reto de continuar la labor.

Desde su primer número, el periódico ha sido sometido a varios procesos de rediseño, que más adelante serán analizados a profundidad, los cuales buscaban el arraigo de la publicación dentro de su público objetivo. Entre los cambios que se evidenciaron se encuentran, las medidas de su formato tabloide, el número de columnas de la retícula, el logo, el número de páginas, la tipografía, los elementos gráficos usados, y mayor presencia de fotografías, entre otros aspectos de su identidad gráfica. Sus cambios se evidenciaron también, en el contenido, a través de, la variación del número y nombre de las secciones, la presencia de diversos géneros periodísticos, entre otros puntos. Sin embargo, un aspecto que no varió fue su contenido, el cual contó siempre con la presencia y especial atención a los temas concernientes a la comunidad universitaria, a sus estudiantes, a la juventud Ucevista.

### **3.24.7 El futuro está en el rediseño de los periódicos**

Mario García manifiesta que la sobrevivencia del medio impreso radica en el empleo asertivo del rediseño. Sobre esto explica, “Estamos viendo un crecimiento en

---

<sup>64</sup> [http://www.ucab.edu.ve/tl\\_files/sala\\_de\\_prensa/recursos/ucabista/oct2001/contrap.htm](http://www.ucab.edu.ve/tl_files/sala_de_prensa/recursos/ucabista/oct2001/contrap.htm)

la actividad del rediseño en el sector de la imprenta que no tiene comparación, incluso con los estándares de la década de 1980. Se le puede llamar un deseo de sobrevivir o un esfuerzo por igualarse con nuevos medios, para ser tomados en cuenta nuevamente por los lectores que abandonaron lo impreso y especialmente para atraer nuevas audiencias. Cualquiera sea la razón, existe un “boom” en el desarrollo de la impresión que no se detendrá por el continuo progreso en todas las actividades relacionadas con el Internet”. (Mario García, 2002).

Así es como, los rediseños de hoy comienzan con la discusión de cómo se pueden incorporar ideas del Internet a la impresión del periódico. Para Mario García, esto no implica que la imagen actual del periódico tenga que ser estilo Internet. Pero debe existir una conexión, como por ejemplo, si el periódico utiliza un cierto estilo, tipografía e inclusive los códigos de color para los índices, estos deben ser idénticos a los usados en la edición que aparece en la “web”. (Mario García, 2002)

Mario García explica que los rediseños de ahora se están enfocando en el tema del tamaño de la página. Muchos de los periódicos estadounidenses están considerando, o ya han cambiado, el tamaño de su página a 50 centímetros (tamaño de la web). Se ha iniciado un proceso gradual para hacer periódicos de tamaño más pequeño. Por supuesto, esto altera la posición en que se ubican los textos y las imágenes en la página.

Sobre las tendencias del rediseño de periódicos, Mario García ha dicho: “Yo sostengo que, en el futuro, los periódicos serán más pequeños en cuanto a su tamaño (tamaño que tanto justa a la población más joven) y habrá una diferencia significativa en el número de secciones del diario, en comparación con las ediciones dominicales”. (Mario García, 2002)

Así mismo, García señala que hoy en día el rediseño de los periódicos se inclina hacia el minimalismo en el estilo gráfico, la buena organización del contenido, una apropiada paleta de colores, la filosofía del periódico y, una sólida y funcional

tipografía. El diseño del periódico está menos congestionado, existen más espacios en blanco, menos fotos pero más grandes (Mario García, 2002).

Algunos consejos que da Mario García en el rediseño de impresos son:

**El proceso narrativo:** La iniciativa de rediseñar debería incluir el concepto de cómo el periódico redacta las historias. Se debe responder a la pregunta de ¿cómo podemos hacer que el proceso sea más fácil para comunicar información, ideas y emociones a los lectores?

**Un sentido de filosofía:** El proyecto de rediseño debe manejarse según las metas globales del periódico y lo que quiere llegar a ser. Los buenos rediseños enfatizan la necesidad de nuevas páginas que transmitan contenidos inteligentes con elegancia.

**El nuevo contenido:** El rediseño ofrece una valiosa oportunidad para evaluar el contenido del periódico, a fin de descartar secciones obsoletas e incluir nuevas secciones que puedan vincularse más con las necesidades de los lectores.

### **3.24.8 Reflexión final sobre el diseño y rediseño de periódicos**

Como reflexión final, queda prestar atención cómo los últimos avances tecnológicos aplicados en la edición de diarios, han cambiado la composición tipográfica y la diagramación de los periódicos. También la Internet, los programas gráficos, redes sociales, seguirán provocando continuas modificaciones en la forma como se presentará la información. Con una evidente necesidad de convergencia de los medios, de interactividad entre los emisores y receptores de información, la evolución de la prensa escrita, deja ver el desarrollo de un nuevo significado del periódico, que no implica la desaparición de su soporte en papel, por la existencia de su versión electrónica o digital.

Los avances tecnológicos no son para nada perjudiciales para los medios impresos, pues como lo explica Gustavo Urbina, dueño de el diario aragüeño, El Periodiquito, “la gente está acostumbrada a comprar su periódico y llevarlo consigo al trabajo, a la casa, y disfrutar leyendo, muy diferente de leer las noticias en una pantalla, la cual es muy difícil llevarla a ciertos lugares donde por el contrario es más cómodo el medio impreso”. Además agrega, “el Internet es un complemento de los medios impresos”, “el ser humano es muy inconforme, el ser humano quiere tener todo, tiene que haber una alternabilidad para mantenerse informado”. (Carlos Delgado, 2008)

Por su parte, Eduard Amesti, Jefe de Información del Diario El Aragüeño, señala que, “no van a desaparecer los medios impresos, por lo menos en estos momentos y en el largo plazo no van a sustituir los medios digitales a los medios impresos, pues el acceso a los medios electrónicos es limitado y débil”. Y finalmente, Raquel Vargas, Jefe de información del Diario El Siglo, afirma que “...los cambios y las adaptaciones forman parte de la historia del mundo, y desde que se inventó la imprenta hace muchos años atrás, aún siguen con vida los medios impresos y seguirán a pesar de todo”. (Carlos Delgado, 2008)

Entonces, los cambios que se dan y que estén por venir, exigen la adaptación al entorno y mejoras para ser más competitivos. Así como lo refiere Peter Brutt, director de la fábrica de rotativas Man Roland, refiriéndose a la "sociedad multimedia": "Las tendencias son la producción dirigida a grupos objetivos por la vía de los cortos tirajes, la producción justo-a-tiempo, y las publicaciones más coloridas aún de mayor calidad", agregó Brutt en la reciente feria de la tecnología gráfica, Drupa'95, en Dusseldorf, Alemania. (Garzón, 1995. P. 4)

Brutt precisa que los talleres de impresión se convertirán en centros de servicio de información, y para ello necesitarán sistemas de reproducción altamente automatizados y muy fáciles de operar, enganchados a todo un mundo de datos

digitales. En consecuencia, dejará de ser una ilusión la transmisión del contenido hacia centros remotos de impresión para hacer impresiones locales por pedido. (Garzón, 1995. P. 4)

Mario García afirma que, “para aquellos que todavía hablan de la desaparición del periódico, no existe evidencia de que tal cosa haya ocurrido. En los periódicos, globalmente vistos, hay una nueva vitalidad, con cambios e innovaciones en el contenido, formatos y colores que guían el camino”. Y además agrega: “En mi opinión, existirán periódicos impresos, tal como los conocemos, por muchos años más”. (Mario García, 2002)

### **3.25 Gerencia y administración de los medios impresos: Organización periodística**

Ha sido inevitable que la economía llegara a tener relación con las actividades de la comunicación, porque a través de la historia de la humanidad, de sus cambios sociales, tecnológicos, políticos y económicos; una vez que los diarios aparecieron, sirvieron de testigos y de instrumentos de esa sociedad en constante transformación. Así pues, la actividad periodística conlleva a una oferta de "bienes y servicios", donde se involucra, la información, la opinión y el entretenimiento.

La relación entre la economía y los medios impresos, se ve reflejada, en la inversión, individual y social que realiza el medio, para la formación de un recurso humano, que se constituye como un elemento significativo en la producción y la economía. Así mismo, se estima que la Comunicación produce conocimientos que pueden aumentar la capacidad de trabajo y, formar aptitudes y actitudes favorables para el desarrollo y el progreso. Por otra parte, los medios impresos al ser considerados como una actividad económica que suministra información, es capaz de cambiar las preferencias individuales y sociales. De esta manera se entiende que los medios impresos pasan a conformar empresas comunicacionales, donde la

información y la publicidad son tomadas como servicios y al diario o periódico como un producto, para satisfacer la necesidad individual y social de información. (Alfredo Bisquert, 2007)

Según Alfredo Bisquert (2007), la empresa comunicacional es "el circuito organizado del trabajo redaccional y técnico, medios económicos y materiales, y relaciones comerciales, para la difusión de ideas e informaciones, a través de la publicación de noticias periódicas". Toda empresa periodística dirige sus esfuerzos en el logro de utilidades o ganancias, que aseguren su continuidad, crecimiento, y mejores estándares de calidad, del periódico-producto. Para lograrlo, el periódico se reinventa cada día, y se enriquece cualitativamente. Así, extiende su prestigio, por medio de su credibilidad informativa; es más apreciado por la comunidad, aumentar su tiraje y gana más anunciante. De esta manera todas esas mejoras en la calidad repercutirán en mejoras en las utilidades. (Alfredo Bisquert, 2007)

En la base de la nueva concepción de la mercadotecnia está la idea de que los diarios o periódicos deben servir tanto a sus lectores como a sus anunciantes. Pero, en realidad el anunciante es el que paga, en un gran porcentaje, el costo del periódico. De allí, la vital importancia de la publicidad y su vinculación directa y estrecha con la calidad y la circulación de los periódicos, para obtener ciertas ganancias económicas. Pero, cuando alguien vende un periódico, vende noticias e información, orientación al consumidor en sus compras, opinión, orgullo e intereses comunes. El lector compra (consciente o inconscientemente) la oportunidad de convertirse en un miembro informado y mejor integrado a la sociedad. (Alfredo Bisquert, 2007)

### **3.26 La empresa periodística, un trabajo de equipo**

Si anteriormente los periódicos eran confeccionados por una persona, en la actualidad no hay otra manera de ver la prensa, sino como el resultado de un trabajo

en equipo. Detrás de cada edición de un periódico, existe un grupo de profesionales involucrados, desempeñando cada uno, una función importante. La empresa periodística integra, equipos de noticias con reporteros, editores y diagramadores. Pero, también, dispone de departamentos de mercadeo, distribución, administración y producción.

José Gabriel (1948) en su libro Cinco lecciones de historia periodística, explica que la organización periodística está conformada por elementos humanos, que se refiere a las personas que ocupan puestos en cada uno de los siguientes aspectos: propiedad, dirección, redacción, colaboradores y traductores, secretaria de redacción, dirección de noticias, cables, interior, secciones fijas, noticieros ambulantes, dibujantes, fotógrafos, archivo, mensajeros, administración, expedición y reventa, publicidad, taller, y lectores.(José Gabriel, 1948. P.43)

Además, José Gabriel (1948) enumera los elementos materiales que también integran a toda organización periodística, tales como: el soporte donde se imprime el periódico (papel y el film para edición periodística micro fotográfica); los instrumentos para escribir (linotipo, intertipo, monotituladora ludlow); la fotografía, el fotograbado; los medios de impresión (rotativa y la ofset); el archivo; diccionarios enciclopédicos y biográficos; y elemento auxiliares como: el teléfono, el teletipo, la radiotelefonía, la televisión. Otros elementos materiales que se pueden contar son: los tubos neumáticos para el transporte de material rápido al taller, máquina para imprimir direcciones, medios de transporte, propios, alquilados o públicos, algunas empresas pueden tener sus propios edificios. (José Gabriel, 1948. P. 60).

A continuación se exponen patrones organizacionales, presentes en una empresa periodística tradicional, junto con un esbozo de las secciones involucradas, basados en la estructura organizacional del periódico Tal Cual, presente en el trabajo de investigación de Elsy Torres (2002):

- **Junta directiva:** Está conformada por un presidente, un vicepresidente, representantes judiciales y Directores de Junta. Sus principales funciones son: presentar proyectos de presupuesto anual de ingresos y egresos, y el plan de ejecución para el próximo período. También se encarga, de dictar los reglamentos de organización interna.

- **Dirección:** Este cargo asume la función periodística, vela por el cumplimiento de la línea informativa y por la emisión con claridad, de la política editorial.

- **Sala de redacción:** Funciona bajo la gerencia de la Dirección y es coordinada por un jefe de Redacción. El Jefe de Redacción es el encargado de garantizar la óptima redacción y presentación de todos los escritos que aparecerán en el periódico. Interviene en las pautas, en la edición de títulos y puede guiar en la presentación gráfica del contenido.

- **Asesoría Editorial:** Esta tarea es ejercida por un periodista que desde afuera de la sala de redacción, observa, detecta, estudia y propone al director la publicación de temas o hechos que considera relevantes para los lectores.

- **Jefe de Edición:** La función de un jefe de edición es la de revisar grosso modo las páginas finales para cada edición. Su chequeo abarca los titulares, coherencia de foliaturas, imágenes, leyendas, créditos, etc. Además, debe conocer el manual de estilo gráfico del periódico para poder hacer las correcciones u observaciones.

- **Edición Gráfica:** La edición gráfica es una función del Editor. En esta área convergen la publicidad, los trabajos periodísticos y el diseño. Cada uno de los materiales es jerarquizado sobre un diagrama, son editados gráficamente y revisados hasta que se envían al proceso de fotocomposición.

- **Coordinadores:** Cada una de las secciones informativas de un periódico, requieren de un coordinador. Su función es la de pautar a los reporteros, fotógrafos e ilustradores. Además, debe plantear el diagrama de sus páginas en Edición Gráfica, revisar los textos y aprobar su corrección y montaje final.

Adjuntos al coordinador están los correctores, que deben leer cuidadosamente cada texto eliminando cualquier gazapo. Y también se encuentra el editor, quien relea los textos en las primeras impresiones definitivas, cambia títulos, ajusta artículos y puede sugerir cambios en el diseño.

- **Gerencia de Administración y finanzas:** Esta gerencia está encargada de la planificación y dirección de los servicios generales del periódico, como, adquisición de mobiliario y equipos, control de inventarios, proveeduría, archivo general, entre otros. Además, establece sistemas contables para el control de activos de la empresa; define presupuestos; planifica, dispone y maneja los fondos de la empresa; coordina y ejecuta asesoramiento al personal.

- **Gerencia de Distribución:** Esta gerencia debe velar, por la entrega puntual, día tras día del periódico, en los distintos puntos de venta (quioscos, pregoneros, librerías, etc.). La gerencia de distribución maneja las estadísticas de tiraje y venta, para prever la producción más adecuada.

- **Gerencia de Mercadeo y ventas /Relaciones públicas:** Esta sección se dedica a estimular la demanda, con promociones y con ventas. Además, desarrolla programas de mercadeo y publicidad para lograr las metas de crecimiento y expansión de la imagen. Mantiene, una relación estrecha con los Departamentos de Edición Gráfica, que reciben y colocan la pauta publicitaria en las páginas del periódico y con el área de Distribución, que garantiza la entrega de ejemplares, lo que presupone mayor grado de exposición de los anunciantes.

- **Contraloría Interna:** Estos son los responsables de establecer, ejecutar y vigilar el cumplimiento de los controles necesarios para lograr una administración eficiente, que facilite el cumplimiento de los objetivos y compromisos de la organización. Su labor más importante es la de seguir las consideraciones que hayan expuesto las auditorías con el fin de mantener y mejorar la rentabilidad de la empresa.

- **Gerencia de Recursos Humanos:** Se dedica a planificar, coordinar y controlar las contrataciones de personal, reclutamiento y selección, servicios al personal y administración de personal, para obtener, mantener y desarrollar un capital humano que pueda cubrir sus necesidades personales y profesionales, y las de la misma empresa.

- **Organización periodística de los periódicos universitarios:** Las funciones que cada profesional cumple dentro de la sección del periódico, es una guía con la cual trabajan muchos de los periódicos universitarios. Claro está, que en estos periódicos la cantidad de personas que trabajan, es menor, y por lo tanto, en la mayoría de los casos, las funciones se rotan y todos los alumnos terminan trabajando en todas las fases de elaboración del periódico. Sin embargo, algunos periódicos universitarios, presentan una excelente organización y distribución de funciones, que les permite trabajar de manera análoga a los medios tradicionales. En líneas generales, los periódicos universitarios, con una organización más horizontal que vertical, siempre contarán con un director-editor, redactores-colaboradores, diagramador, fotógrafo.

### **3.27 La percepción y el consumo de la información**

Según Tironi, Eugenio y Cavallo, Ascanio (2004), las personas cuando se enfrenta a una publicación impresa, son capaces de determinar qué es lo relevante para ellos, según su percepción. Dependiendo de si conocen la información o no, será el grado de incertidumbre, y si esta aumenta, también lo hará su necesidad de

profundizar sobre la información que esté leyendo. Existen varios tipos de consumidores de información, de acuerdo a Maxwell McCombs hay tres categorías, según lo que buscan en el medio. Este conocimiento permite, el empleo de estrategias comunicativas que facilitan la conexión entre el medio impreso y el público objetivo. Las categorías son las siguientes:

- **Los buscadores de información:** son los que tienen gran interés por uno o muchos temas, que conocen de esos tópicos y siguen un patrón.

- **Los monitores:** son los que entran al consumo informativo con cierta curiosidad, y salen de él tan pronto como hallan llenado una necesidad. Este tipo prefiere los titulares, ya que lanzan una mirada rápida sobre las novedades. McCombs sostiene que la mayoría de los lectores pueden pertenecer a este grupo.

- **Los espectadores:** son los dominados por la televisión, la vida cotidiana tiene poca relevancia para ellos. Las noticias más que informarlos los entretiene. Son consumidores ocasionales.

### **3.28 La importancia de establecer una identidad**

Luis Tejada (1987) señala como un elemento valioso para el posicionamiento de cualquier medio el establecimiento de una identidad, que se manifiesta física o visualmente, a través de un conjunto de patrones de conducta, la personalidad reconocible de la publicación. Esta identidad se manifiesta a través de la imagen corporativa, término de origen norteamericano (P. 169), lanzado por el consultor de comunicaciones Walter Marguiles. David Berstein define la imagen corporativa como “el resultado neto de la interacción de todas las experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos que la gente alberga de una

empresa u organización.”<sup>65</sup> Los medios impresos deben aprender a comunicarse mediante el uso de su imagen. Porque una vez posicionada una imagen en la mente del público, entra en juego un mecanismo psicosocial por el cual se constituyen los estereotipos de imagen, es decir, se asocian a los atributos comunes de la empresa periodística, si la empresa es honesta o deshonesto, si es confiable o no, si la información que brindan es veraz o no, si es una empresa de buena o mala reputación. La imagen corporativa ayuda a los medios a comprender de una manera rigurosa los problemas de su audiencia, porque mantiene al medio en permanente comunicación con el público. (Luis Tejada, 1987)

Con la finalidad de contribuir a la construcción y fortalecimiento de la imagen de un medio impreso, varios autores han concordado en que existen unos lineamientos, que deberían seguirse sobre el manejo de la imagen (Iván Sojo, 2001). La imagen debe ser: de alta calidad en el producto o servicio, de una empresa bien administrada, de contribución al país, de empresa bien comunicada con el público, y de empresa activa y no pasiva. De igual manera, según Iván Sojo (2001), un medio en cuanto a imagen se refiere requiere: de un mejor posicionamiento en el mercado frente a sus lectores, exige participación y presencia social en aquellas actividades donde se ubica su público objetivo, respeto por la audiencia, una mejor identificación externa al medio por parte de sus lectores, una identidad visual reconocible, una mejor relación con el equipo de trabajo con el cual se produce el periódico. La percepción de los públicos de una imagen de cualquier institución, persona, incluso de un medio impreso, es ampliamente estudiada con la finalidad de influir en los públicos objetivos para el consumo del producto, servicio, idea, y en el caso de este trabajo, de información.

---

<sup>65</sup> Berstein, David (1986) La imagen de la empresa y la realidad. Plaza y Janés Editores S.A., Barcelona.

## CAPITULO IV

### BASES LEGALES

Para el funcionamiento eficaz de una publicación universitaria, es necesario tener presentes los fundamentos legales que regulan el ejercicio periodístico; así como también, el conocimiento de las normativas legales de funcionamiento de un periódico, y en especial de un periódico universitario, que a pesar de estar bajo el amparo de la universidad donde reside, debe guardar las mismos preceptos de un periódico tradicional, si se quiere comenzar a tener la experiencia en el campo laboral del periodismo desde todas las aristas que esto contiene.

#### 4.1 La libertad de expresión

Desde la conceptualización de la llamada “sociedad de masas”<sup>66</sup>, de la “industria cultural”<sup>67</sup>, la sociedad de la información y del conocimiento<sup>68</sup> que recibe todo el bombardeo comunicacional e informativo, generado por la globalización<sup>69</sup>; los

---

<sup>66</sup> Denominación adoptada para identificar a estas nuevas condiciones de desenvolvimiento de las personas, en medio de una vasta masa de individuos separados y aislados, pero interdependientes de muchas maneras singulares, pero carentes de algún valor o propósito que los unifique, sugiere más a un agregado que a un grupo social estrechamente entrelazado. Dragnic, Olga (2006) Diccionario de Comunicación Social. Editorial Panapo, C.A. Venezuela.

<sup>67</sup> Término utilizado por los integrantes de la Escuela de Frankfurt, en sus primeros trabajos de análisis de los fenómenos comunicacionales y sus consecuencias en el área de la cultura. Se refiere concretamente a la masificación de los bienes culturales, al ser reproducidos por medios tecnológicos y difundidos a las grandes masas receptoras. El término luego fue ampliado a cultura de masas. Adorno y Horkheimer profundizaron y afirmaron que la cultura, en el proceso de masificación e industrialización, sufriría una profunda degradación hasta derivar en una simple industria de diversión. Dragnic, Olga (2006) Diccionario de Comunicación Social. Editorial Panapo, C.A. Venezuela.

<sup>68</sup> Según las Naciones Unidas, es una sociedad dotada de habilidad, capacidad y pericia para generar y captar nuevos conocimientos y tener acceso a la información, a los datos, al conocimiento, absorberlos y utilizarlos de manera eficaz con el apoyo de las Tecnologías de Información y Comunicación. Dragnic, Olga (2006) Diccionario de Comunicación Social. Editorial Panapo, C.A. Venezuela.

<sup>69</sup> El Diccionario de la Real Academia Española registra la entrada «globalización», entendida como la «tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales» (DRAE 2006, 23ª edición)

medios han jugado un papel primordial en la dinámica comunicacional de los cambios que se han generado en las sociedades, los medios monitorean lo que pasa y lo muestran a la sociedad, que se reconoce en ellos. En el caso particular de la prensa nacional puede verse reflejada a la sociedad, sus preocupaciones sobre la satisfacción de sus necesidades básicas, y su inquietud hacia el futuro que se le viene encima.

Así, el periodismo se ha convertido en un actor protagónico y un elemento catalizador del sistema democrático que actualmente viven la mayoría de las naciones, dándole voz a las mujeres y los hombres que no eran escuchados; transmitiendo sus demandas, se constituyeron en sus representantes a través de los medios masivos. Sin embargo, el periodismo también ha sido víctima del poder, como instrumento de legitimación de monarquías, oligarquías y tiranías.

Por un lado, numerosos han sido los problemas que han afrontado los medios masivos de comunicación, debido a la polarización política, la autocensura, las alianzas con los poderes; la corrupción. Y por otro lado, algunos periodistas han sido removidos de sus actividades por expresar su opinión, por ejercer su derecho a manifestar, y se les ha faltado el respeto por disentir. Durante los últimos años se han emitido duras críticas a los medios, se les acusa de no ser imparciales, ni objetivos, de estar politizados, de ser racistas, entre otros calificativos.

Por lo anteriormente expuesto dentro de la dinámica comunicacional de los medios y sus audiencias surge el asunto de la Libertad de expresión, que involucra a los medios y a los individuos.

La Comisión Interamericana de los Derechos Humanos, en su declaración de principios sobre Libertad de Expresión expone lo siguiente:

- “Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente en los términos que estipula el artículo 13 de la Convención

Americana sobre Derechos Humanos. Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.

- La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática. Toda persona tiene el derecho a acceder a la información sobre sí misma o sus bienes en forma expedita y no onerosa, ya esté contenida en bases de datos, registros públicos o privados y, en el caso de que fuere necesario, actualizarla, rectificarla y/o enmendarla.

- El acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de los individuos. Los Estados están obligados a garantizar el ejercicio de este derecho. Este principio sólo admite limitaciones excepcionales que deben estar establecidas previamente por la ley para el caso que exista un peligro real e inminente que amenace la seguridad nacional en sociedades democráticas. La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o electrónico, debe estar prohibida por la ley. Las restricciones en la circulación libre de ideas y opiniones, como así también la imposición arbitraria de información y la creación de obstáculos al libre flujo informativo, violan el derecho a la libertad de expresión.

- Toda persona tiene derecho a comunicar sus opiniones por cualquier medio y forma. La colegiación obligatoria o la exigencia de títulos para el ejercicio de la actividad periodística, constituyen una restricción ilegítima a la libertad de

expresión. La actividad periodística debe regirse por conductas éticas, las cuales en ningún caso pueden ser impuestas por los Estados.

- Condicionamientos previos, tales como veracidad, oportunidad o imparcialidad por parte de los Estados son incompatibles con el derecho a la libertad de expresión reconocido en los instrumentos internacionales.<sup>70</sup>

Por otra parte, la libertad de expresión se limita en el Código Penal venezolano, cuando se señala la penalización a toda opinión, disidencia o manifestación, hecha en público o en privado, en contra de algún funcionario público. Se penaliza la ofensa al Presidente de la República (Art. 147), al Vicepresidente, Magistrados del Tribunal Supremo de Justicia, a miembros de los Poderes Públicos, Ministros, Diputados o al Alto Mando Militar. Igualmente, la instigación a contravenir la ley (Art. 283), a desobedecerla (Art. 285), el hecho de causar pánico por cualquier medio; y la obstaculización de la vía pública (Art. 357).

En el caso de la Ley de Educación, en el artículo 50, se prohíbe a los medios publicar informaciones que "produzcan terror en los niños, inciten al odio, atenten contra los sanos valores del pueblo venezolano, la salud mental y física de la población". Además, "los órganos rectores en materia de educación" pueden solicitar la suspensión de las actividades de quienes infrinjan esta disposición.

## **4.2 La libertad de prensa**

Conocer las disposiciones legales que encierra la libertad de prensa en Venezuela es de vital interés para reconocer el desarrollo que en esta materia ha tenido el país y cómo ha sido el desempeño del gremio periodístico y de los medios.

---

<sup>70</sup> Comisión Interamericana de los Derechos Humanos. *Declaración de principios sobre Libertad de Expresión*.

En las constituciones del siglo XX se observan pocos cambios con respecto a las disposiciones sobre libertad de expresión o la libertad de prensa. Sin embargo en la Constitución de 1901, en su artículo 17, inciso VI, se estableció un principio en defensa del periodista procesado por calumnia, injuria, etc. Este principio se mantuvo hasta la constitución de 1922. A comienzos del gobierno del presidente López Contreras (1905-1941), en su lucha anticomunista, el Congreso aprobó un artículo referido a la libertad de expresión, artículo 32, inciso VI, donde se garantizaba la libertad de pensamiento, manifestado de palabra, por escrito o por medio de la imprenta, u otros medios de publicidad, pero eran penalizadas, las expresiones que constituyen injuria, calumnia, difamación, ultraje, instigación a delinquir. Así mismo, se le añadió, que era contrario a la forma política y a la paz social de la nación, las doctrinas anarquistas y comunistas, y consideraba como traidores a la Nación, y por ende serían castigados conforme a la ley, a quienes las practicaran. Pero, esta disposición fue derogada durante el gobierno de Medina Angarita (1941-1945). (Eleazar Díaz Rangel, 2007)

La Constitución de 1961, mantiene el concepto decimonónico sobre libertad de expresión (Eleazar Díaz Rangel, 2007). Pero no hace referencias expresas a la libertad de prensa y, menos a la libertad de informar. Eso sí, establece que no se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, la que ofenda la moral pública, ni la que provoque la desobediencia a las leyes.

Según Eleazar Díaz Rangel (2007), en la legislación venezolana no han existido leyes especiales sobre la prensa, aunque se produjeron por lo menos tres intentos. Existe un antecedente en el gobierno de Joaquín Crespo, en el año 1896, el cual dictó una Ley Reglamentaria, que contenía normas sobre la libertad de prensa, incluido el derecho a réplica; pero esta fue derogada. En cuanto a los intentos de reglamentación de la prensa, el primero en el gobierno de López Contreras, en 1936, con un proyecto de Ley de Reglamentación de la Expresión del pensamiento por Medio de la Imprenta. El segundo, fue en el año 1942, con un proyecto de Ley de

Imprenta. Y la última fue en 1964, con un proyecto de Ley Reglamentario del artículo 66 de la Constitución. Luego, los intentos han sido, cuando se retomó en 1983, la discusión de un proyecto de Ley de protección a la intimidad.

Sobre las restricciones legales a la libertad de prensa, existen desde la legislación venezolana, desde el artículo 66 de la Constitución de 1961, hasta algunas ordenanzas municipales, existieron limitaciones a la libertad de prensa (Eleazar Díaz Rangel, 2007). Unas fueron creadas para proteger al menor, el honor de las personas o a la propia seguridad del Estado o contra la propaganda de guerra. Sin embargo, existen otras a juicio de Eleazar Díaz Rangel (2007) se han convertido en un obstáculo al derecho del ciudadano a estar informado de manera oportuna y limita el ejercicio del periodismo, tales como, los secretos de Estado (reserva y mantiene en confidencialidad ciertos documentos oficiales), el secreto sumarial (obstaculiza el acceso a la información judicial), el secreto militar (limita el derecho a informar sobre cuestiones militares), sobre conversaciones telefónicas (Ley sobre Protección a la Privacidad de las Comunicaciones en 1991, en la cual le prohíbe al periodista, divulgar la transcripción de una conversación grabada). (P. 221-226)

Los periodistas para ejercer el derecho a informar deben basarse en el artículo 28 de la constitución “...Igualmente, podrá acceder a documentos de cualquier naturaleza que contengan información cuyo conocimiento sea de interés para comunidades o grupos de personas. Queda a salvo el secreto de las fuentes de información periodística y de otras profesiones que determine la ley“. Esto es válido, pero también está el artículo 57 en la misma constitución “Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz...Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado.”

Para concluir con este punto debe señalarse que, el derecho a la libertad se limita cuando se viola el derecho de otra persona, por ello, las leyes limitan este

derecho. El periodista puede revelar una información secreta pero tiene que asumir plena responsabilidad por lo que dice (también debe asumirla el funcionario responsable del resguardo de la información). Quienes tengan acceso a información o documentos confidenciales deben evaluar las consecuencias de su publicación.

### **4.3 Derecho a la información**

Ahora bien, si existen toda una normativa legal sobre la libertad de prensa en el país, el derecho a informar, también la debe haber en materia del derecho a estar informado por parte de la población-audiencia y por parte de los propios profesionales que ejercen el periodismo y requieren la información para darla a conocer al público al cual se deben. A continuación una breve reseña al respecto.

En la disposición aprobada por la Cámara de Diputados en 1992, se expresa lo siguiente: “Los funcionarios que representen los poderes públicos están obligados a informar sobre las materias encomendadas a su dirección. Se exceptúan de esta disposición las materias clasificadas como secretas de acuerdo con la ley” (art. 23).

En la Constitución de 1999, existen varios artículos favorables a las libertades de informar y de opinar, como los son los artículos: 28, 57, 58, 101, 108, 117, 143, 325, y 327. Los más importantes según lo explica Eleazar Díaz Rangel (2007) son, el N° 57 y el 58.

El art. 57 expresa: “Toda persona tiene derecho a expresar libremente su pensamiento, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito y o mediante cualquier otra forma de expresión y de hacer uso por ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura. Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la

intolerancia religiosa. Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades”.

El art. 58 contiene: “La comunicación es libre y plural y comporta deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como, a la réplica y la rectificación cuando se vea afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes, tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral”.

#### **4.4 Código de ética del ejercicio periodístico**

El ejercicio periodístico requiere del arraigo en una ética. Gabriel García Márquez al respecto enuncia: “La ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo, como el zumbido al moscardón”<sup>71</sup>. Los periodistas entonces, junto con los medios en los cuales ejercen deberán compartir la visión y las acciones hacia el bienestar social, como lo contemplan los códigos de ética, tanto del periodismo, como los de los medios masivos y las relaciones públicas. El periodista graduado y colegiado está llamado a perseguir a cabalidad el ideal de servicio social en pro de la verdad, la justicia y la libertad que se proclama en el código de ética del ejercicio profesional. Los nuevos tiempos están dando señales inequívocas de la necesidad imperante de que se promocióne la democracia desde dentro, pluralizando las voces en vez de concentrarlas en pocas y haciendo de la democracia la mejor forma de gobierno que garantice la mayor suma de felicidad posible a la sociedad.

El Código de Ética del Periodista Venezolano, fue aprobado en la VII Convención Nacional del CNP celebrada en la ciudad de Mérida, Estado Mérida, en

---

<sup>71</sup> García Márquez, Gabriel. Discurso ante la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Los Ángeles, EE.UU., 7 octubre 1996.

junio de 1988 y modificado parcialmente en el XXIX, Secretariado del CNP efectuado en San Carlos, Estado Cojedes el 13 y 14 de junio de 1997.

En su exposición de motivos señala que, la libertad de expresión es un derecho fundamental y piedra angular de todas las libertades consagradas en la carta de las Naciones Unidas, proclamadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, garantizada en la Constitución Nacional. Además de que, esa libertad estará mejor salvaguardada cuando los periodistas se esfuercen por mantener el sentido más elevado de la responsabilidad profesional, constantemente y de buscar siempre la verdad en las explicaciones e interpretaciones de los hechos.

De acuerdo con este documento, el periodista se debe al público y por ello su información debe contribuir con su imparcialidad, veracidad, oportunidad y honestidad a que la verdad del suceso difundido sea evidente. Sin embargo, el periodista es un profesional y un ser humano, puede equivocarse y deberá entonces permitir al público interesado, derecho de réplica. Al autor de la noticia que considere que el planteamiento realizado por el periodista no se ajusta a lo que él expresó o declaró, derecho de respuesta, lo que significa aclarar. La aclaratoria es un derecho importante e irrenunciable.

A pesar de que todos los artículos de esta ley son importantes, para llevar a cabo con ética y responsabilidad la tarea periodística, se puede realizar una selección de los mismos, que sirvan de lineamientos éticos para el periódico universitario Tierra de Nadie. Dichos artículos son:

Del Capítulo I, de los principios generales, donde se exponen los derechos y deberes de los periodistas, se puede mencionar el art. 1:

Artículo 1: El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y la sociedad.

Del Capítulo II, de la relación del periodista con el pueblo, se encuentra el art. 14, que señala la tarea del periodismo con los diferentes sectores de la sociedad, y esto es especialmente importante en una publicación alternativa, como la universitaria.

Artículo 14: El periodista propiciará y estimulará el acceso a los medios de comunicación social de opiniones de los más diversos sectores, sin discriminación alguna de sexo, religión, clase social o ideologías; se preocupará fundamentalmente porque los sectores desposeídos de la población, logren la más justa y pronta reivindicación de sus peticiones y causas.

Del capítulo III, que trata de la relación del periodista con la fuente, es importante para una publicación impresa universitaria, la observancia de los artículos 19 y 20, que corresponden a la verificación de las informaciones y el carácter independiente del medio.

Artículo 19. El periodista debe verificar las informaciones que recibe y recurrir a las fuentes idóneas que le permitan la información de manera veraz.

Artículo 20. El periodista rechazará donaciones o contribuciones de origen público o privado, dirigidas a interferir o influenciar su labor informativa. La búsqueda de ventajas personales, en perjuicio del interés colectivo, es incompatible con el ejercicio del periodismo.

Del Capítulo IV, sobre la relación del periodista con el gremio, es necesario tomar en cuenta el art. 30, sobre el derecho de autor de las colaboraciones que reciba el periódico universitario que es motivo de estudio de esta investigación.

Artículo 30. El periodista tiene prohibido hacer público como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado. Ni prestar su nombre para amparar publicaciones o programas audiovisuales donde no tenga participación efectiva.

Del Capítulo VII, de las disposiciones finales, se rescatan los artículos 46, 47

Artículo 46. El periodista debe denunciar a cualquier persona, ante público que atente contra los principios de la libertad de expresión y derecho a la información que tiene todo ciudadano, así como contra cualesquiera de las normas del presente Código de Ética.

Artículo 47. El periodista debe lograr que el presente Código de Ética se mantenga en sitio público en todos los centros de trabajo, así como colaborar para que tenga la debida difusión y sea conocido, aceptado y practicado por todos los miembros del Colegio Nacional de Periodistas.

#### **4.5 Ley del ejercicio periodístico**

La regulación legal venezolana del ejercicio periodístico está reflejada en la Ley del Ejercicio del Periodista, promulgada en el año 1995, durante el gobierno de Rafael Caldera. Pero además, está presente, en la Constitución Nacional, en el Código Penal, en la Ley de Educación, en la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión y en la Ley de Telecomunicaciones. Estas leyes y códigos no restringen la libertad de expresión, el espíritu de este marco legal es el de regular la manera en la cual se ejerce el periodismo, permitiendo señalar las debidas responsabilidades y deberes de todo aquel que ejerza la profesión.

Existen varios artículos de importancia, que deben ser observados por quienes llevan a cabo el trabajo periodístico del periódico universitario Tierra de Nadie, ya que el cumplimiento de las disposiciones aquí expuestas, permitirán interiorizarlos como parte del ejercicio periodístico que realizará una vez que el estudiante egrese de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Por ello, resulta positivo hacer una selección de los mismos y señalarlos a continuación.

En el Capítulo I, de la profesión:

Artículo 2 de la Ley de Ejercicio del Periodismo (LEP) se establece que para poder ejercer esta profesión: “se requiere poseer el título de Licenciado en Periodismo, Licenciado en Comunicación Social o título equivalente, expedido en el país por una Universidad, o título revalidado legalmente; y estar inscrito en el Colegio Nacional de Periodistas (CNP) y en el Instituto de Previsión Social del Periodista (IPSP)”. A pesar de ello, existen algunas excepciones que permiten ejercer el periodismo sin importar que la persona no haya hecho la colegiatura, esto se aplica a: órganos de difusión interna de organizaciones sin fines de lucro (como las universidades y por ende escuelas de comunicación social), que tengan el objetivo único de informar y divulgar sus propias actividades, directores de medios, directores de programas, moderadores, animadores, locutores, reporteros gráficos, revalidantes, rectores y corresponsales extranjeros y por último, periodistas extranjeros en publicaciones editadas en el país en idioma extranjero.

En el artículo 3º, se señalan las funciones propias del periodista, lo cual define las tareas propias que deberán desarrollar los estudiantes que participan en un periódico universitario: “Son funciones propias del periodista en el ejercicio de su profesión la búsqueda, la preparación y la redacción de noticias; la edición gráfica, la ilustración fotográfica, la realización de entrevistas periodísticas, reportajes y demás trabajos periodísticos, así como su coordinación en los medios de comunicación

social impresos, radiofónicos y audiovisuales, agencias informativas, secciones u oficinas de prensa o información de empresas o instituciones públicas o privadas.

Paragrafo primero: Quedan exceptuadas las funciones de la misma índole que se ejerzan en órganos de difusión impresos, radiofónicos o audiovisuales dependientes de instituciones oficiales o privadas sin fines de lucro, de carácter cultural, político, sindical, religioso, científico, técnico, ecológico, vecinal o estudiantil, que tengan como único fin la información y divulgación de sus propias actividades.

Artículo 4°. Todos los ciudadanos nacionales o extranjeros pueden expresarse libremente a través de los medios de comunicación social, sin más limitaciones que las establecidas en la Constitución y las Leyes.

Artículo 9°. Toda tergiversación o ausencia de veracidad en la información debe ser rectificadora oportuna y eficientemente. El periodista estará obligado a rectificar y la empresa deberá dar cabida a tal rectificación o a la aclaratoria que formule el afectado.

#### **4.6. Ley de Universidades<sup>72</sup>**

Por ser la publicación Tierra de Nadie, la cual es el objeto de estudio de esta investigación, una publicación que está bajo el amparo de la Universidad Central de Venezuela, se considera pertinente reseñar ciertos artículos que contemplan el espíritu con el cual fue creada la universidad, y ciertos aspectos de funcionamiento, que están estipulados en la ley venezolana. Lo cual finalmente, repercute en el funcionamiento de una publicación estudiantil universitaria, donde sus integrantes deben tener pleno conocimiento de estos aspectos como población importante que hace vida en el

---

<sup>72</sup> [http://www.ucv.ve/fileadmin/user\\_upload/documentos/ley\\_de\\_universidades.pdf](http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/documentos/ley_de_universidades.pdf)

campus universitario, sobre todo tomando en consideración la sección de la ley referente a los alumnos, la cual reseña quienes son catalogados como tales, sus derechos hacia una formación integral y capacitación para una función útil para la sociedad.

La Ley de Universidades fue promulgada en Gaceta Oficial No.1429, Extraordinario, el 8 de septiembre de 1970. Con respecto a esta ley se pueden seleccionar estos artículos importantes:

Artículo 1: La universidad es fundamentalmente una comunidad de intereses espirituales que reúne a profesores y estudiantes en la tarea de buscar la verdad y afianzar los valores trascendentales del hombre.

Artículo 3: Las Universidades deben realizar una función rectora en la educación, la cultura y la ciencia. Para cumplir esta misión, sus actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza; a completar la formación integral iniciada en los ciclos educacionales anteriores; y a formar los equipos profesionales y técnicos que necesita la Nación para su desarrollo y progreso.

Artículo 4: La enseñanza universitaria se inspirará en un definido espíritu de democracia, de justicia social y de solidaridad humana, y estará abierta a todas las corrientes del pensamiento universal, las cuales se expondrán y analizarán de manera rigurosamente científica.

Artículo 5: Como parte integral del sistema educativo, especialmente del área de estudios superiores, las Universidades se organizarán y funcionarán dentro de una estrecha coordinación con dicho sistema.

Artículo 8: Las Universidades son Nacionales o Privadas. Las Universidades Nacionales adquirirán personalidad jurídica con la publicación en la GACETA

OFICIAL DE LA REPÚBLICA DE VENEZUELA del Decreto del Ejecutivo Nacional por el cual se crean. Las Universidades Privadas requieren para su funcionamiento la autorización del Estado, de conformidad con lo dispuesto en los Artículos 173, 174, 175 y 176 de la presente Ley.

Artículo 9: Las Universidades son autónomas. Dentro de las previsiones de la presente Ley y de su Reglamento, disponen de:

Autonomía organizativa, en virtud de la cual podrán dictar sus normas internas; Autonomía académica, para planificar, organizar y realizar los programas de investigación, docentes y de extensión que fueren necesarias para el cumplimiento de sus fines; Autonomía administrativa, para elegir y nombrar sus autoridades y designar su personal docente, de investigación y administrativo; Autonomía económica y financiera para organizar y administrar su patrimonio.

Artículo 10: Conforme a lo dispuesto en la Ley de Educación, el Ejecutivo Nacional, oída la opinión del Consejo Nacional de Universidades, podrá crear Universidades Nacionales Experimentales con el fin de ensayar nuevas orientaciones y estructuras en Educación Superior. Estas Universidades gozarán de autoridad dentro de las condiciones especiales requeridas por la experimentación educativa. Su organización y funcionamiento se establecerá por reglamento ejecutivo y serán objeto de evaluación periódica a los fines de aprovechar los resultados beneficiosos para la renovación del sistema y determinar la continuación, modificación o supresión de su status.

Artículo 11: En las Universidades Nacionales Los estudios ordinarios son gratuitos; sin embargo, los alumnos que deban repetir el curso total o parcialmente por haber sido aplazados, pagarán el arancel que establezca el Reglamento.

Artículo 13: En la Ley de Presupuesto se incluirán anualmente con destino a las Universidades Nacionales una partida cuyo monto no será menor del uno y medio por ciento del total de rentas que se presupongan en dicha Ley.

Capítulo I. De la Organización de las Universidades. Sección Primera. Del Consejo Universitario.

Artículo 24: La autoridad suprema de cada Universidad en su Consejo Universitario, el cual ejercerá las funciones de gobierno por órgano del Rector, de los Vice-Rectores y del Secretario, conforme a sus respectivas atribuciones.

Artículo 25: El Consejo Universitario estará integrado por el Rector, quién lo presidirá, los Vice-Rectores, el Secretario, los Decanos de las Facultades, cinco representantes de los profesores, tres representantes de los estudiantes, un representante de los egresados y un delegado del Ministerio de Educación y Deportes.

De las Facultades.

Artículo 47: La Universidad realiza sus funciones docentes y de investigación a través del conjunto de sus Facultades. Por su especial naturaleza a cada Facultad corresponde enseñar e investigar una rama particular de la Ciencia o de la Cultura, pero todas se integran en la unidad de la Universidad y deben cumplir los supremos fines de ésta. El Reglamento de cada Universidad, previa aprobación del consejo Nacional de Universidades, determinará las Facultades que funcionarán en ella.

Artículo 50: El gobierno de las Facultades será ejercido por la Asamblea de la Facultad, por el Consejo de la Facultad y por el Decano, según las disposiciones de la presente Ley.

## Sección VI. De los Consejos de las Facultades.

Artículo 58: El Consejo de la Facultad está integrado por el Decano, quien lo presidirá, siete representantes de los Profesores, un representante de los egresados elegido por el Colegio o Asociación Profesional correspondiente y dos representantes de los estudiantes elegidos por los alumnos regulares de la Facultad entre los alumnos regulares del último bienio de la carrera.

## Sección VIII. De las Escuelas.

Artículo 68: Las labores docentes de cada Facultad serán realizadas a través de las Escuelas que la integren. Por su especial naturaleza a cada Escuela corresponde enseñar e investigar un grupo de Disciplinas fundamentales y afines dentro de una rama de la Ciencia o de la Cultura.

Artículo 69: El gobierno de las Escuelas será ejercido por el Director y el Consejo de la Escuela.

Las Escuelas estarán constituidas por Departamentos y Cátedras.

La Cátedra es la unidad académica primordial integrada por uno o más profesores que tienen a su cargo la enseñanza o la investigación de una determinada asignatura. El Departamento es el conjunto de Cátedras que se integran en la unidad de una disciplina. Cada Departamento coordinará el funcionamiento de las diversas Cátedras que lo integren y podrá prestar sus servicios a otras Facultades.

Artículo 70: El Consejo de la Escuela es un organismo de dirección académica. Estará constituido por el Director de la Escuela, quien lo presidirá, los Jefes de Departamento, cinco representantes de los profesores, un representante de los

egresados y dos representantes de los estudiantes, elegidos por los alumnos regulares de la Escuela entre los alumnos regulares del último bienio de la carrera.

#### Sección X. Del Personal Docente y de Investigación.

Artículo 85: Para ser miembro del personal docente y de investigación se requiere: A) Poseer condiciones morales y cívicas que lo hagan apto para tal función; B) Haberse distinguido en sus estudios universitarios o en su especialidad o ser autor de trabajos valiosos en la materia que aspire a enseñar; y C) Llenar los demás requisitos establecidos en la presente Ley y los reglamentos.

#### Sección XI. De los Alumnos.

Artículo 116: Son alumnos de las Universidades las personas que, después de haber cumplido los requisitos de admisión establecidos en la Ley y los Reglamentos, sigan los cursos para obtener los títulos o certificados que confiere la Universidad. Se entiende por alumno regular de una Universidad al estudiante debidamente inscrito en ella, y que cumpla a cabalidad con todos los deberes inherentes a su condición de alumno, conforme a la Ley, los Reglamentos y los planes regulares de estudio.

Artículo 145.- La enseñanza universitaria se suministrará en las Universidades y estará dirigida a la formación integral del alumno y a su capacitación para una función útil a la sociedad.

Artículo 146.- Además de establecerlas normas pedagógicas internas que permitan armonizar la enseñanza universitaria con la formación iniciada en los ciclos educacionales anteriores, las universidades señalarán orientaciones fundamentales tendientes a mejorar la calidad general de la educación en el país.

(Reglamentos. Extracto. Ley de Universidades. Palacio de Miraflores, en Caracas, a los ocho días del mes de septiembre de mil novecientos setenta. Años 161° de la Independencia y 112° de la Federación).

#### **4.7 Ley de Depósito legal de una publicación<sup>73</sup>**

El cumplimiento del Depósito legal de una publicación permite conservar el patrimonio bibliográfico de un país.

La Ley de Depósito Legal y su Reglamento La División de Depósito Legal está bajo la tutela de la unidad administrativa de la Biblioteca Nacional, quien es la responsable de ejecutar y hacer cumplir la Ley de Depósito Legal y su Reglamento, como instrumento legal que tiene como objetivo fundamental el rescate para la memoria, de todas las obras editadas y distribuidas en Venezuela (libros, folletos, publicaciones periódicas, fonográficas, videos, cine, cassette, CD-ROMS, DVD, CD musical, desplegados, publicaciones electrónicas, carteles, trípticos, dípticos, programas de mano, calendarios, afiches, estampillas, postales, etc.), a fin de perpetuarlas en el tiempo, y garantizar el acceso a la información, tal como lo establece La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

En esta División se tramita la asignación del Número de Depósito Legal y del ISSN (N° Internacional para publicaciones periódicas) según la norma ISO 3297.

Artículo 6°.- Las personas naturales o jurídicas de carácter público o privado, obligadas a cumplir con el depósito legal, son las siguientes:

1. Los editores, respecto de las obras impresas;

---

<sup>73</sup> <http://www.bnv.gob.ve/pdf/Ley%20Deposito%20Legal.pdf>

2. Los productores, respecto de las obras fonográficas, fotográficas, videográficas y cinematográficas, por ellos producidas y transmitidas;
3. Los propietarios de las emisoras y canales de televisión, respecto de los programas radiales y televisados seleccionados;
4. Los importadores, respecto de las obras editadas o impresas en el exterior que circulen en Venezuela.
5. Los representantes legales de las instituciones en cuyo nombre se otorgan, respecto de lo medallas conmemorativas y condecoraciones;
6. El Banco Central de Venezuela, respecto de las monedas y papel moneda; y
7. El Ejecutivo Nacional, respecto a los sellos postales.

#### **4.8 Ley sobre el Derecho de Autor<sup>74</sup>**

Esta ley es primordial conocerla y presentarla como base legal de este trabajo, debido a la trascendencia que han tenido diversos casos de irrespeto al derecho de autor. Este punto es debe ser considerado al escribir y publicar un trabajo periodístico, porque el mismo debe respetar la fuente de la cual fue obtenida la información y la publicación debe respetar la autoría de sus articulistas. Ley sobre el Derecho de Autor fue promulgada en Venezuela, el 16 de septiembre de 1.993, bajo la Presidencia de la República del Historiador Ramón J. Velásquez, y la Presidencia y Vicepresidencia del Congreso a cargo de los ciudadanos Octavio Lepage y Luis Enrique Oberto, respectivamente.

El art.1 establece: “Las disposiciones de esta Ley protegen los Derechos de los autores sobre todas las obras del ingenio de carácter creador, ya sean de índole literaria, científica o artística, cualesquiera sea su género, forma de expresión, mérito o destino. Los Derechos reconocidos en esta Ley son independientes de la propiedad del objeto material en el cual esté incorporada la obra y no están sometidos al

---

<sup>74</sup> [http://www.analitica.com/bitblo/congreso\\_venezuela/derecho\\_de\\_autor.asp](http://www.analitica.com/bitblo/congreso_venezuela/derecho_de_autor.asp)

cumplimiento de ninguna formalidad. Quedan también protegidos los Derechos conexos a que se refiere le Título IV de esta Ley".

El art. 2: "Se consideran comprendidas entre las obras del ingenio a que se refiere el artículo anterior, especialmente las siguientes: los libros, folletos y otros escritos literarios, artísticos y científicos, incluidos los programas de computación, así como su documentación técnica y manuales de uso; las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza; las obras dramáticas o dramático-musicales, las obras coreográficas y pantomímicas cuyo movimiento escénico se haya fijado por escrito o en otra forma; las composiciones musicales con o sin palabras; las obras cinematográficas y demás obras audiovisuales expresadas por cualquier procedimiento; las obras de dibujo, pintura, arquitectura, grabado o litografía; las obras de arte aplicado, que no sean meros modelos y dibujos industriales; las ilustraciones y cartas geográficas, los planos, obras plásticas y croquis relativos a la geografía, a la topografía, a la arquitectura o a las ciencias; y, en fin, toda producción literaria, científica o artísticas susceptible de ser divulgada o publicada por cualquier medio o procedimiento".

Así pues, el conocimiento de estas leyes y reglamentos permiten obtener las bases jurídicas de funcionamiento de un periódico estudiantil universitario que desee apearse al respeto a la ética periodística en el ejercicio periodístico, a la libertad de expresión, a la libertad de información y de estar informado, a la autonomía universitaria, al espíritu y funcionamiento de la universidad, y al respeto de la obra de cualquier autor. Porque de esta manera, se podrá confiar en que los futuros comunicadores sociales serán profesionales de valores sólidos en el ejercicio de sus funciones.

## CAPÍTULO V

### MARCO METODOLÓGICO

#### 5.1. Especificaciones de la Investigación

##### 5.1.1 Tipo de investigación

*Investigación aplicada.* Que según Fidias Arias, es aquella que resuelve problemas prácticos, aplicando conocimientos adquiridos con fines prácticos. Tal es el caso del presente trabajo, en el cual, se busca la resolución de los problemas que presenta la publicación impresa Tierra de Nadie, sometiendo la misma a un proceso de rediseño y así mejorar la lectoría y posicionamiento en su público. Todo esto, aplicando de manera práctica, los conocimientos adquiridos durante los estudios de Licenciatura en Comunicación Social.

##### 5.1.2 Nivel de conocimiento

*Investigación exploratoria.* Roberto H. Sampieri (1998, p.58) establece que cuando el objetivo es examinar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes, la investigación es exploratoria. Esta teoría la refuerza Mario Tamayo (2008). Basado en esto, el presente trabajo de tesis explora la publicación Tierra de Nadie y la problemática de dicha publicación, que no ha sido abordado anteriormente, ofreciendo una visión aproximada, que permita que esta sea más atractiva en cuanto a su diseño gráfico y contenido.

## 5.2 Estrategia utilizada o diseño de la investigación

- *Investigación documental.* Para Arias (2008, P. 47), es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otro tipo de documentos. En el Manual de la UPEL, se refiere a este tipo de investigación cuando, se utiliza el apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. Por ende, la presente investigación será documental ya que se basará en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otro tipo de documentos.

- *Investigación de campo.* Según Sabino, (1992, P. 72) es la que se basa en informaciones o datos primarios, obtenidos directamente de la realidad. Arias (2009) señala que, consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna. Y en el Manual de la UPEL (2008) expresa que, es el análisis sistemático de problemas de la realidad con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia (P.5). Por lo cual, este trabajo implica la realización de entrevistas y encuestas, con el objeto de dar respuesta a los objetivos planteados en el presente proyecto. Las entrevistas se realizarán a diseñadores gráficos de periódicos nacionales, a las autoridades de la ECS-UCV, a los representantes de la Coordinación de Información de la UCV, a los estudiantes que se encargaron de la publicación Tierra de Nadie. En cuanto a las encuestas, serán aplicadas a la población de la Escuela de Comunicación de la UCV.

- *Es no experimental* según Sampieri (1998, P.184), porque no se probará el modelo propuesto. Tampoco, se someterá a un objeto o grupo de individuos a determinadas condiciones o estímulos (variable independiente), para observar los efectos que se producen (variable dependiente). Ni habrá manipulación, ni control de variables. (Fidias Arias, 1999, P. 34)

- *Es un proyecto factible.* Según Fideas Arias (1999. P. 46). Ya que es una propuesta de para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Esto basado también, en el Manual de Trabajos de Grado de la UPEL (1990, P.7). Este trabajo presenta una propuesta de rediseño de la publicación Tierra de Nadie, con lo cual se mejora la imagen gráfica y contenido del periódico; y se satisface la necesidad de una publicación alternativa universitaria, que solvete los requerimientos informativos de la población de la universidad.

### 5.3 Las variables

Una variable según Arnaldo Claret (2009) es aquel elemento que varía, que puede adquirir diferentes fases o estados. Los cuales, son extraídos de los objetivos específicos de la investigación. Cuando se habla de operacionalizar la variable se refiere, a desglosar la variable en estados o fases que den una visión más concreta de esa variable. Este proceso siempre se lleva a cabo de lo general a lo particular. La forma de representación se realiza a través de un cuadro de operacionalización de las variables.

#### a. Identificación y definición de las variables

Objetivo	Dimensión	Variable	Definición Operacional
1. Analizar el contenido del periódico de la ECS, Tierra de Nadie, para así, determinar los aspectos que se necesitan modificar y/o fortalecer.	Análisis de contenido	Contenido	Contenido: Esta variable permite tener acceso a la intencionalidad del contenido Este se refiere al texto informativo con una línea editorial determinada, presente en las páginas del periódico Tierra de Nadie.

<b>Objetivo</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición Operacional</b>
2. Analizar la morfología del actual periódico de la ECS, Tierra de Nadie, para así, determinar los aspectos que se necesitan modificar y/o fortalecer.	Análisis morfológico. Concepción visual o diseño	Morfología	La morfología es la manera como un texto determinado ha sido captado, por los ojos del público y luego registrado en su memoria. Permite conocer la personalidad de este periódico, su identidad gráfica, formato y demás recursos que conforman su estructura.
3. Evaluar la opinión que tiene la población de la Escuela sobre esta publicación, identificando los gustos, necesidades y preferencias de estudiantes, profesores, personal de la ECS-UCV, sobre una publicación de la Escuela.	Evaluación de la Percepción del público sobre la publicación.	Opinión	La percepción del periódico Tierra de nadie, se refiere al complejo proceso de recepción e interpretación significativa de la información recibida de este medio. La decodificación del significado de la información visual va a depender también de otros factores de influencia recopilados por la experiencia personal e intelectual de cada individuo.
4. Propuesta rediseño de la publicación, acorde con la actualidad, que permita posicionar la publicación en el público al cual está dirigido	Actividades de control y evaluación	Rediseño de la publicación	El rediseño de un periódico es la optimización de la imagen, para mejorar el posicionamiento dentro de la opinión pública, aumentar sus lectores. "El rediseño ofrece una valiosa oportunidad para evaluar el contenido del periódico, a fin de descartar secciones obsoletas e incluir nuevas secciones que puedan vincularse más con las necesidades de los lectores".(Mario García, 2002)

## b. Operacionalización de las Variables

<b>Dimensión</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Técnica</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Item</b>
Análisis de contenido	Contenido	Sentido, semántica, palabras, temática, intencionalidad Géneros periodísticos Porcentaje de información que el lector obtiene en cada sección del periódico	Observación documental	Listas de palabras y frases claves cuya aparición periódica indique una intencionalidad en la línea editorial del medio.	¿Cuántas veces se repite determinada frase o palabra clave que sirva para determinar y analizar patrones en el contenido del periódico?, ¿Cuáles géneros están presentes en el periódico y cuál es su frecuencia de aparición?, ¿Cuántas páginas de información ofrece el periódico?

<b>Dimensión</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Técnica</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Item</b>
Análisis morfológico. Concepción visual o diseño	Morfología	Formato del periódico, número de páginas que lo componen, secciones del periódico, las páginas tipo del periódico, recursos gráficos y tipográficos, presencia del color en su impresión, periodicidad, Costo.	Observación documental. Medición de espacios disponibles en el periódico Tierra de Nadie como objeto de estudio.	Tabla comparativa con el asentamiento de las características de la publicación Tierra de Nadie.	¿Cuál es la periodicidad del periódico?, ¿El periódico se imprime a color o blanco y negro?, ¿Cuántas secciones tiene el periódico?, ¿Cuál es su precio?, ¿Cuántas páginas tiene?, ¿Cuáles son las características morfológicas de las páginas tipo: titulación, tipo de letra en los textos, gráficas, etc.?
Evaluación de la Percepción del público.	Opinión	Expresiones sobre: - Su forma y estructura. - Su contenido.	Encuestas	Cuestionario	¿Le gusta su formato?, ¿Le parece bien su periodicidad de publicación?, ¿Le satisfacen las secciones que tiene?, ¿De forma general, le agrada la forma cómo se presentan las informaciones?, ¿Le parecen de interés las informaciones?, ¿Considera que la comunidad universitaria se ve reflejada en los contenidos del periódico?, ¿Usted considera que el periódico cubre sus necesidades informativas?, ¿Estaría usted de acuerdo con un nuevo diseño del periódico?, ¿Qué elementos modificaría?, ¿Qué elementos agregaría?, ¿Qué elementos eliminaría de este periódico?
Actividades de control y evaluación	Rediseño de la publicación	Objetivos alcanzados	Diseño y Diagramación	Maquetación por medio de programa de diseño computarizado, de los elementos del periódico, tomando en consideración los resultados arrojados por los análisis y encuestas.	Respuesta a la pregunta de investigación: ¿Con un proceso de rediseño, se podría hacer más atractivo el diseño gráfico y el contenido actual del periódico Tierra de Nadie?

#### **5.4 Caracterización del Universo – Población – Muestra**

Para Fidias Arias, quien cita a Morles (1994, P. 17), la población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación. (1999. P. 35). En el caso de Tamayo (2008. P. 143) quien cita a Bernal (2002), la población es cualquier conjunto de elementos de los que se quiere conocer o investigar, a alguna o algunas de sus características.

En el caso de esta investigación el Universo que será estudiado, se encuentra delimitado por la población existente dentro de las instalaciones de la Universidad Central de Venezuela.

La Población seleccionada para esta investigación es de especialistas en artes gráficas y diseño de impresos, autoridades de la Escuela de Comunicación Social UCV, representantes de la Dirección de Información de la UCV, estudiantes, profesores, personal administrativo y obrero.

Por otra parte, la muestra queda definida como, el "subconjunto representativo de un universo o población." (Morles, 1994, citado por Arias, 1994. P.35). Sabino (1992) agrega que una muestra, es una parte del universo y que sirve para representarlo, y que esta debe ser representativa, que es cuando, la muestra refleja en sus unidades lo que ocurre en el universo.

En esta investigación la muestra tomada es del tipo no probabilística, de muestreo intencional u opinático; ya que, los elementos de la población desconocen la probabilidad de integrar la muestra; y la selección de los elementos se hace con base a criterios o juicios del investigador. (Arias, 2009. P. 37). Así mismo, citando a Tamayo (2008), en este tipo de muestreo se le da mayor importancia a la representatividad cualitativa de los elementos, dada la cuidadosa elección de sujetos

con ciertas características especificadas, basándose en el interés del investigador y en el tema en particular.

**Para las entrevistas se estableció un número de entrevistados:**

- Número de autoridades de la Escuela de Comunicación Social – UCV:  
Uno: El Director de la ECS-UCV.

- Número de representantes de la Coordinación de Información de la UCV:  
Dos: La Directora y el Sub Director de la Dirección de Información.

- Número de estudiantes que intervienen en la producción del periódico Tierra de Nadie: dos estudiantes.

- Número de diseñadores gráficos a entrevistar: un diseñador gráfico de tabloides, un diseñador gráfico de periódicos universitarios.

**Para las encuestas se determinó una muestra representativa de la población:**

La muestra de la población a la cual se le aplicará la encuesta diseñada , se ha calculado aplicando la fórmula de cálculo de la muestra, a través del uso de Internet, la comodidad que proporciona, tanto para el encuestador como para el encuestado, hacen que este método sea muy atractivo<sup>75</sup>:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

---

<sup>75</sup> <http://www.feedbacknetworks.com/index.html>

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=q=0.5$  que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1-p$ .

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

El desglose de la aplicación de la fórmula señalada anteriormente, es el siguiente:

- N: 912

Según datos suministrados por la Coordinación Académica la población de la ECS-UCV está conformada por:

- Número de estudiantes de la ECS-UCV: 788 alumnos.
- Número de profesores de la ECS-UCV: 104 profesores.
- Número de personal de la ECS-UCV: 20 trabajadores

- K: 1,65 (90%)
- e: 8%
- p: 0,5
- q: 0,5
- n: 95

Total de la muestra tomada aplicando la fórmula: 95 personas encuestadas.  
Sin embargo se llevó la muestra a 100 personas encuestadas.

## **5.5 Técnicas y herramientas de Recolección**

1. Revisión de material bibliográfico, electrónico, hemerográfico, y trabajos de tesis sobre el tema.

2. La entrevista: la técnica de la entrevista consiste en “un interrogatorio del encuestador al informante para obtener datos relacionados con el tema de investigación” (Tamayo, 2008. P. 152). Las entrevistas realizadas para este trabajo son del tipo individuales estructuradas, y entrevistas abiertas, programadas. Las cuales se realizarán a:

- Autoridades de la ECS-UCV: Miguel Ángel Latouche, Director de la ECS-UCV. Seleccionado para ser entrevistado por el cargo de responsabilidad que desempeña, el cual gestiona el funcionamiento de la Escuela y de las actividades que en ella se realizan. El Director apoyó la publicación Tierra de Nadie, facilitando los

espacios para las reuniones y sirviendo de colaborador activo de la publicación al escribir, en una oportunidad, un editorial.

- Representantes de la Coordinación de Información de la UCV: Maribel Dam, Directora de la Dirección de Información de la UCV; y Humberto Luque, Subdirector de la Dirección de Información de la UCV. Ambos fueron escogidos por su relación directa con el nacimiento de la publicación Tierra de Nadie, ya que bajo la tutela de esta coordinación y de la gestión de ambos, fue que surgió dicha publicación producida por los estudiantes de la ECS-UCV. De esa coordinación surgió la idea de crear una publicación estudiantil universitaria, que reflejara los intereses de esa población, por lo cual, ellos conocen bien la génesis del periódico.

- Estudiantes colaboradores del periódico Tierra de Nadie: José Court, y Ariana Guevara. Estos estudiantes fueron escogidos por haber participado activamente en la producción del periódico y cuya experiencia y visión, es importante para esta investigación.

- Diseñadores gráficos de tabloides, expertos en el tema: Elsy Torres, Coordinadora del diseño del Diario Líder. Esta profesional fue escogida por tener conocimiento sobre el tema, ya que participó en el rediseño del diario Líder, y su experiencia es de gran valor para esta investigación.

- Diseñadores gráficos de periódicos universitarios, expertos en el tema: Simón Rodríguez, diseñador gráfico que diagrama el periódico Hora Universitaria. Este diseñador fue escogido por su experiencia en publicaciones universitarias en la UCV, cuyos conocimientos y experiencias dan un valioso aporte a la propuesta de rediseño del periódico Tierra de Nadie.

3. Encuesta estructurada, a través de un cuestionario, que permite apreciar la percepción y grado de aceptación por parte del público lector del periódico Tierra de

Nadie. Los datos arrojados por esta encuesta se presentarán en una tabla con el agrupamiento de los datos obtenidos, la tabulación se hará de forma mecánica, con el uso de un computador para establecer porcentajes. (Modelo de encuesta: Ver anexo 4 y 5)

4. Observación directa de los números publicados de Tierra de Nadie (Desde el N°1 hasta el N°5 de la publicación). Realizar esta observación permite apreciar los aspectos de la identidad gráfica del periódico Tierra de Nadie, así como, de su contenido, de esta manera se obtienen los datos para el análisis morfológico de y de contenido de la publicación.

5. Estudio morfológico. Este según Kayser (1964), es un estudio que se encarga de resaltar la morfología y anatomía de un periódico evalúa la estructura del diario y su presentación, revela lo que se ha querido comunicar a los lectores, y presume la influencia que ha ejercido en ellos. (Kayser, J., 1964). El análisis morfológico de los cinco números publicados del periódico Tierra de Nadie, permite además, identificar la presencia o ausencia de continuidad en la imagen gráfica, que posiciona una publicación en el lector.

Entre los aspectos a estudiar en el análisis morfológico del periódico Tierra de Nadie están: formato, mancha, retícula, medidas, logotipo, foliatura, recursos gráficos y tipográficos, diagramación, unidad informativa, tipografía, estilo de las páginas tipo, estilo de las páginas particulares, portada, contraportada, paleta de colores.

6. Estudio de contenido. Este se refiere según Sabino (1992), a la técnica de investigación que se basa en el estudio cuantitativo y cualitativo, del contenido manifiesto de la comunicación. Incluye normalmente la determinación de la frecuencia con que aparecen en un texto ciertas categorías previamente definidas, tales como ideas, expresiones, vocablos o elementos expresivos de diversa naturaleza. Este estudio permite aplicar el criterio de Kayser según el análisis de la forma: el

género periodístico, el origen de la información, sus objetivos, los contenidos, etc. Otro criterio a emplearse es el cuantitativo, de Berelson, que establece unas unidades de análisis para la cuantificación, como por ejemplo: cuántas palabras contiene el texto; cómo está estructurado el mensaje (sujeto, verbo y predicado); las formas de expresión de los autores de esos mensajes; los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido; la disposición de esos mensajes (tres, cuatro o cinco columnas, las líneas de texto, etc.).

En esta investigación se presenta una lista de palabras y frases claves cuya aparición periódica indica una intencionalidad en la línea editorial del medio. Estas listas permiten llevar a cabo el análisis de contenido de la publicación en estudio, y de los temas tocados en las informaciones.

## **5.6 Técnicas y herramientas de procesamiento y análisis de datos.**

Como técnicas de procesamiento de datos se tiene la codificación, que consiste en un procedimiento que tiene por objeto agrupar numéricamente los datos que se expresen en forma verbal para poder luego operar con ellos como si se tratara, simplemente, de datos cuantitativos. Para lograrlo se habrá de partir de un cúmulo de informaciones que tengan una mínima homogeneidad, condición necesaria para poder integrarlas. (Carlos Sabino, 1992. P. 134)

Luego se procede a la tabulación, que se trata de hacer tablas, listados de datos que los muestren agrupados y contabilizados. Para ello es preciso contar cada una de las respuestas que aparecen, distribuyéndolas de acuerdo a las categorías o códigos previamente definidos. Cada una de las preguntas del cuestionario se tabula independientemente. . (Carlos Sabino, 1992. P. 134)

Es así como, el procesamiento de los datos obtenidos se realizará de Forma Cualitativa, basado en la teoría de Carlos Sabino (1992. P.188), que implica cotejar

los datos obtenidos para evaluar la fiabilidad de cada información (Sabino, Carlos, 1952, P.193). Este análisis se realiza con la información de tipo verbal que, se ha recogido, y que una vez clasificadas estas, se toman, se forman grupos para proceder a analizarlos. El análisis se efectúa cotejando los datos que se refieren a un mismo aspecto y tratando de evaluar la fiabilidad de cada información.

Además se realizará un Análisis cuantitativo, operación que se efectúa, con toda la información numérica resultante de la investigación. Esta se presentará como un conjunto de cuadros, tablas y medidas, a las cuales se les han calculado sus porcentajes y presentado convenientemente. Para cada cuadro que se haya obtenido será preciso evaluar el comportamiento de las variables que aparezcan en él, precisando la forma en que actúan individualmente.

Luego se observarán las relaciones que pueden percibirse entre una y otra variable, si el cuadro es de doble entrada, tratando de precisar la forma en que una afecta a la otra. Si se trata de un cuadro de tres variables será conveniente examinar primero los valores totales, pues en ellos se ve el funcionamiento global de cada variable operando de modo independiente, para luego pasar a confrontar, por pares, las variables, tratando de detectar las influencias que existan entre ellas. Posterior al análisis los datos serán integrados en la propuesta concretada como síntesis de todos los fundamentos (Sabino, Carlos, 1992, P.193).

Sintetizar es recomponer lo que el análisis ha separado, integrar todas las conclusiones y análisis parciales en un conjunto coherente que cobra sentido pleno, precisamente, al integrarse como un todo único. La síntesis es, pues, la conclusión final, el resultado aparentemente simple pero que engloba dentro de sí a todo el cúmulo de apreciaciones que se han venido haciendo a lo largo del trabajo. Las conclusiones finales sólo resultan pertinentes para responder al problema de investigación planteado cuando, en la recolección, procesamiento y análisis de los datos, se han seguido los lineamientos que surgen del marco teórico. Con la síntesis e

interpretación final de todos los datos ya analizados puede decirse que concluye la investigación, aunque teniendo en cuenta que la misma, considerada como intento de obtención de conocimientos, es siempre una tarea inacabada, que debe continuar por fuerza en otras investigaciones concretas. (Carlos Sabino, 1992. P. 145)

### **5.7 Técnicas y herramientas: Presentación**

a. Los datos analizados son presentados mediante cuadros estadísticos con las variables de la investigación.

b. Además, se emplea la graficación, para expresar visualmente los valores numéricos que aparecen en los cuadros. Su objeto es permitir una comprensión global, rápida y directa, de la información que aparece en cifras. Su uso es recomendable por el valor de síntesis que posee.

c. Se presentan los Modelos de páginas, de la publicación Tierra Nadie rediseñada.

d. Los lineamientos de identidad gráfica y de contenido, son volcados en un Manual de Estilo y Gráfico, para la producción de la propuesta de rediseño del periódico Tierra de Nadie.

e. Se exponen las sugerencias en cuanto al aspecto administrativo y de producción de la publicación.

### **5.8 Validez y confiabilidad**

La validez y confiabilidad de este trabajo radica en las fuentes tomadas para esta investigación. En primer lugar, los datos obtenidos de los diseñadores y directores originarios de la publicación Tierra de Nadie, permite la apreciación

objetiva de la línea gráfica y editorial que desde un principio se le dio a la publicación, cómo fue su evolución. De esta manera, se realiza una propuesta de rediseño de manera colaborativa con ellos.

En segundo lugar, la aplicación de un instrumento como la encuesta, aplicada a la población de la Escuela de Comunicación Social, permite obtener información válida y confiable, de primera mano, de los usuarios y colaboradores directos de esta publicación.

## **5.9 Limitaciones**

Una de las limitaciones de esta investigación se evidenció en la poca investigación realizada sobre las publicaciones universitarias en Venezuela. Casi todas las investigaciones están referidas al tema general del periodismo o los medios de comunicación impresos tradicionales y no al abordaje profundo sobre el quehacer del estudiante de comunicación social, dando sus primeros pasos en el ejercicio periodístico en una publicación universitaria. Muchas publicaciones alternativas universitarias en Venezuela, no han documentado su existencia, aparecen y desaparecen sin dejar rastro, ni legado. Incluso, la mayoría se ha dedicado a ser un medio institucional de la Universidad donde reside, perdiendo así, su carácter independiente, donde en algunos casos, los estudiantes tienen poca o ninguna participación.

Una vez presentada esta propuesta, podrá verse limitada su aplicación, por el rechazo que pueda generarse ante al cambio de diseño gráfico y de contenido, de la publicación. Sin embargo, más allá de los gustos y preferencias individuales, necesario será, sobreponerse a ellas, para que prevalezcan las preferencias del público al cual va dirigido. Y sobre todo y lo más importante, que los estudiantes no renuncien a tener una publicación impresa, hecha por ellos mismos, que cubra las

necesidades de información y proyección de los estudiantes dando sus primeros pasos en el ejercicio periodístico.

Es necesario además, prever la limitación en cuanto a la Metodología para la implementación del nuevo diseño, diagramación y redacción del contenido. La ejecución de esta propuesta, requiere de la participación y compromiso de los estudiantes de la ECS-UCV y de la guía profesoral, para llevarse a cabo.

### **5.10 Alcances**

Este proyecto abre las puertas a su implementación para que autoridades de la Escuela, estudiantes y profesores se involucren en su realización y difusión de este importante material de consulta y de información. Los pasos a seguir para la producción y continuidad del Periódico Tierra de Nadie, dependerá de la capacidad organizativa, proactividad y entrega del equipo que se comprometa con el proyecto. Así como también, de la contribución de una generación de relevo, que siempre aporte nuevas ideas para la modernización de la publicación, de la mano de los cambios tecnológicos y necesidades informativas y comunicacionales.

Es importante señalar, que el presente trabajo de investigación, presenta los lineamientos que una publicación universitaria, como el periódico Tierra de Nadie debe tener; y propone un manual de estilo que puede ser usado por próximas publicaciones universitarias como guía de trabajo. Además, construye las bases para que la misma, pueda llevarse a formato digital, para que exista una convergencia de medios y una complementariedad, como diría Carlos Delgado (2008): “el Internet es un complemento de los medios impresos”.

## **5.11 Aspectos administrativos**

### **5.11.1. Recursos**

**a. Humanos:** El investigador, Tutor, Encuestadores, Directiva, estudiantes, profesores y empleados de la ECS-UCV, Directiva de la Dirección de Información de la UCV, Expertos: Diseñadores gráficos.

**b. Materiales:** Encuestas, Computador, Impresora, Libreta de notas, Programas de diseño de publicaciones impresas (QuarkXpress 9.0), Grabador digital, Cámara fotográfica digital.

## **5.12 Fases de la Investigación**

### **5.12.1 Primera Fase**

Selección y análisis de fuentes documentales, bibliográficas y electrónicas, para la recopilación de datos e información sobre el tema de este proyecto.

### **5.12.2 Segunda Fase**

Recolección de toda la información y datos, a través de:

- Reuniones y entrevistas con las autoridades de la ECS – UCV, con representantes de la Dirección de Información de la UCV, y con diseñadores de publicaciones tradicionales y universitarias.

- Desarrollo del temario y el cuestionario de las entrevistas.

- Selección de entrevistados: diseñadores gráficos, autoridades de la ECS-UCV, representantes de la Dirección de Información y estudiantes colaboradores del periódico.

- Diseño de las encuestas aplicadas a los profesores, alumnos, personal administrativo y obrero, para conocer la percepción y el grado de aceptación, que tienen de la publicación Tierra de Nadie.

### **5.12.3 Tercera Fase**

- Aplicación del instrumento entrevista no estructurada, con preguntas abiertas, a las autoridades de la ECS-UCV, a los representantes de la Dirección de Información de la UCV, a diseñadores gráficos con experiencia en diagramación de publicaciones periódicas tradicionales y/o universitarias, y a estudiantes que han formado parte del equipo de producción del periódico Tierra de Nadie.

- Aplicación del instrumento encuesta, por medio de un cuestionario realizado sobre la población de la ECS-UCV. Para reconocer la percepción, gustos y preferencias en cuanto al área gráfica y de contenido de la publicación Tierra de Nadie.

- Análisis de los resultados.

### **5.12.4 Cuarta Fase**

- Estudio morfológico, mediante una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa, de los elementos presentes en el periódico objeto de estudio. Esta fase proporciona suficientes elementos de juicio, que ayudan a contestar las preguntas que surgen cuando se lee esta publicación. Incluso, hace posible, establecer una relación entre quien escribe (el periodista), el medio (el periódico) y quien lo compra (el

lector), según los objetivos y las reacciones que se producen posteriormente, por la percepción de su imagen gráfica.

- Estudio de contenidos del periódico, a través de dos opciones: una cualitativa, en la que se clasifican los elementos del contenido por categorías. Se aplica por una parte, los criterios que apunta Kayser sobre el análisis de la forma. Y por otra parte, la visión de Berelson, que establece unas unidades de análisis para la cuantificación.

### **5.12.5 Quinta Fase**

Esta fase del desarrollo de la investigación, desde el punto de vista práctico, permite el diseño y la realización en físico de este medio impreso, luego de analizar su contenido, morfología, diseño y percepción por parte del público al cual va dirigido. La propuesta de rediseño, implica la impresión del ejemplar siguiendo el correlativo correspondiente al N° 6, manual de estilo y de diseño, de esta publicación. La posterior ejecución y sustentabilidad a través del tiempo, del rediseño de la publicación, dependerá de que, los estudiantes de la Escuela y sus profesores se involucren en la realización y consumo de este periódico.

Después de lo anteriormente expuesto, con este capítulo dedicado a la sustentación metodológica de esta investigación, es posible tener la bitácora empleada para el estudio y rediseño de la publicación universitaria Tierra de Nadie. Los pasos subsiguientes comprenderán la ejecución del plan trazado en este capítulo para finalmente hacer entrega de la propuesta gráfica y editorial del periódico Tierra de Nadie.

**CAPITULO VI**  
**ESTUDIO MORFOLÓGICO Y DE CONTENIDO**  
**DEL PERIÓDICO TIERRA DE NADIE**

Un 26 de noviembre del año 2006, vio la luz la edición N° 0 del periódico universitario Tierra de Nadie, de la mano de la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, bajo la dirección de Maribel Dam. En esos años era el Rector de la UCV, Dr. Antonio Paris; y el Director de la ECS era el Profesor Adolfo Herrera. Esta publicación surgió con la Dirección editorial de Humberto Luque, y con la colaboración de estudiantes de la ECS-UCV. Sin embargo, no existe un documento constitutivo del periódico.

La Secretaria del Rectorado y la Dirección de Información de la UCV, sintió que había un vacío que llenar dentro del público joven ucevistas, y por ello dieron vida al periódico Tierra de Nadie, para brindar un órgano informativo que llegara a la población juvenil universitaria. Pero, este acercamiento ya había comenzado con ediciones especiales encartadas, en el mes de noviembre, dentro del periódico Hora Universitaria de la UCV, periódico dirigido y producido por la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, para complementar la celebración de la semana del estudiante., para tocar los temas que fueran de interés para la población juvenil.

Sin embargo, una iniciativa que nació de las autoridades de la universidad, pronto el proyecto sería asumido por completo, por los alumnos de la Escuela de Comunicación Social, quienes pasaron de redactores colaboradores, a producir el periódico en su totalidad. Fue así como, La Dirección de Información y Comunicación de la UCV, debido a los diversos compromisos con la política

informativa de la universidad, y la falta de personal para seguir a cargo del proyecto, decidió ceder la publicación a la ECS-UCV. Y aunque, en la ECS-UCV ya se habían dado algunos pasos en la producción de periódicos con el periódico Letras, vio en el Periódico Tierra de Nadie la oportunidad para promover la tarea periodística en la ECS-UCV.

El periódico comenzó con un tiraje de 20.000 ejemplares, y con una periodicidad anual, aunque se quería que fuera trimestral; la frecuencia de su publicación aumentó en el año 2009, cuando comenzó a publicarse bimensualmente. Este periódico ha sido impreso fuera del campus, en imprentas particulares. Su distribución gratuita, ha sido realizada por los mismos estudiantes, y solo dentro del campus. Debe señalarse que el presupuesto para la realización del periódico, provenía de la administración de la UCV, para lo cual se destinaba una partida de Ingresos Propios de la UCV para esta publicación; luego, al pasar a manos de la ECS-UCV, la publicación dependía económicamente de los fondos adjudicados por la Facultad de Humanidades y administrados por la Escuela de Comunicación Social de la UCV.

Participaron en su elaboración, inicialmente, profesores, alumnos y representantes de la Dirección de Información y Comunicación de la UCV. Los alumnos que integraban el equipo de redactores, en su mayoría estudiantes de la ECS, pertenecían al sistema de becas ayudantía de la UCV. Luego, cuando los estudiantes pasaron a desarrollar todas las etapas de elaboración, lo hacían, pero sin la guía de un profesor de la Escuela, y sin ninguna remuneración económica. El periódico contaba en su equipo con, un coordinador general, redactores y articulistas, varios fotógrafos, un diseñador. Sin embargo, se puede notar editoriales realizados por algunos profesores de la Escuela y columnas de opinión. Por estas colaboraciones ninguno recibió algún importe monetario, pero tampoco el trabajo allí realizado, generó algún beneficio académico, como créditos en las asignaturas, por ejemplo, para el estudiante. Para participar en el periódico no se solicita ningún requisito en especial,

más que ser de la ECS-UCV y entregar los trabajos a tiempo para su revisión por el comité editorial y su posterior publicación.

Para diagramar este periódico se utilizaron programas de diseño como, el Quark Xpress, el InDesign. Además, de los programas Word para procesamiento de textos, Photoshop para el trabajo con imágenes. Cuando el periódico estaba bajo la tutela de la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, se contaba para la elaboración de esta publicación, con todos los recursos de dicha coordinación, pero, luego, cuando pasó el proyecto a la ECS, los estudiantes solo contaron con los propios recursos, sin una instalación específica para desarrollar reuniones, diagramar las informaciones o imprimir el mismo. Así mismo, las grabadoras, cámaras, y cualquier otro recurso, han sido de los mismos estudiantes.

## **6.1 Estudio morfológico**

Ahora bien, luego de presentar la publicación, es necesario, para entender las características de la imagen gráfica del periódico Tierra de Nadie, la realización de un análisis morfológico de la publicación, que se presenta en el Anexo N° 6, en el cuál se valúa la estructura del periódico y su presentación, revela lo que se ha querido comunicar a los lectores, y presume la influencia que ha ejercido en ellos. (Kayser, J., 1964). El análisis morfológico de los cinco números publicados del periódico Tierra de Nadie, permite además, identificar la presencia o ausencia de continuidad en la imagen gráfica, que posiciona una publicación en el lector. Entre los aspectos a estudiar en el estudio morfológico del periódico Tierra de Nadie están: formato, mancha, retícula, medidas, logotipo, foliatura, recursos gráficos y tipográficos, diagramación, unidad informativa, tipografía, estilo de las páginas tipo, estilo de las páginas particulares, portada, contraportada, paleta de colores.

### **6.1.1 Consideraciones que arroja el estudio morfológico**

Después de realizado este análisis sobre el periódico Tierra de Nadie, se encontraron algunos detalles que marcaron esta publicación desde el punto de vista gráfico y morfológico. El primero de ellos que resalta, es el hecho de que esta publicación fue sometida a un proceso de rediseño en varias oportunidades. Por lo cual, ante cada número, en el lector surge la expectativa ante la experiencia gráfica que tendrá al abrir el periódico y ver la nueva propuesta. Esta expectativa bien aprovechada, puede emplearse en beneficio del lector, cuando contenido y diseño se acoplan para brindar un producto excelente, lleno de informaciones interesantes, organizadas de manera armónica. Pero, cuando la armonía no se logra, las informaciones son ignoradas, cuando los cambios se tornan intempestivos, y el diseño interrumpe esa comunicación con el lector.

Si bien, en el periódico Tierra de Nadie, su periodicidad fue regularizada, de un número anual a realizar entregas bimensuales; la aparición de sus secciones, elementos gráficos, y la organización de todos los demás recursos, no presentaron una continuidad, edición tras edición. Durante el proceso, sus dimensiones fueron modificadas; el logo sufrió una transformación importante, junto a su portada; sus páginas interiores se vieron transformadas con irreverencia, rompiendo los esquemas de diseño que hasta ahora estaba siguiendo el periódico, con la irrupción de gran cantidad de fotografías que en ocasiones competía de manera desleal con el texto.

Claro está, que en la maquetación de periódicos se ha flexibilizado la penetración de elementos de diseño de revistas, de allí el surgimiento del diseño soft, el cual permite atrapar la atención del lector con primeras planas impactantes, empleo de elementos gráficos como infografías, una foto como foco visual, entre otros aspectos. Sin embargo, ello no implica que el periódico pierda su esencia, hasta correr el riesgo de quedar en un limbo, su imagen gráfica, pretendiendo ser lo que no es.

Un caso sobresaliente se da en los números 4 y 5, en los cuales se presentaron páginas, donde se impidió la lectura adecuada de los textos, con el empleo de fotos como fondo, que actualmente es un recurso de las revistas, pero que en los periódicos por el tipo de papel y dependiendo de la calidad de impresión, hace que se pierdan los textos colocados sobre esas gráficas.

En el caso de la tipografía, se encuentran casos donde la frescura que brindaba cierta tipo de fuente, invitaba a seguir leyendo el texto, detalle crucial para que el lector se prenda de la información que se le quiere dar. Pero, en otras ocasiones la tipografía impidió la lectura de los títulos, por ser una fuente muy adornada, o porque solo tenía el borde y sin fondo, lo que dificultaba su lectura.

Por otro lado, dos de los números de esta publicación no presentaban entre sus datos de foliatura, la fecha a la cual correspondía la distribución de esa publicación, generando un vacío en el valor hemerográfico del periódico. En ocasiones, los lectores tienden a coleccionar las ediciones e incluso, datos como la fecha, le permite contextualizar las informaciones, sugerencias, que se le puedan brindar a través del medio.

Una paleta tan rica como la que se logró en el último rediseño, podría haberse aprovechado mucho más, suprimiendo el empleo de fondos negros, en la mancha, que sobrecargaban la página; agregando los colores de la paleta a través de elementos gráficos como líneas, barras, infografía, entre otros.

Se observa además, el aumento del número de páginas, de 10 a 20 páginas, así mismo, aumento del porcentaje de la presencia de imágenes de 15,25% hasta llegar a 26,86%. Sin embargo, disminuyeron los textos, de 84,75% paso a 73,13%.

En la diagramación del periódico se empleó una paleta de colores que le dio gran vitalidad a la publicación. La presencia de los logros de la UCV, Secretaria y de

la ECS, transmiten un mensaje institucional, de unidad entre estos tres entes de la universidad.

Después de todo lo observado, se evidencia que es necesario tener una guía de producción visual en el medio impreso, que en el caso que ocupa es un periódico. Porque, para el arraigo de un medio en su público, es importante crear una identidad gráfica, reconocible y anclada en el lector, para que donde quiera que esta esté sea fácilmente identificable, sea buscada, leída y recomendada. Por este último punto expuesto, surge el tema del requerimiento de un manual de estilo que oriente sobre todos esos detalles de diseño, que apoyen el trabajo de cualquier alumno que vaya a diagramar el periódico, cuidando que ningún elemento se pase por alto, o se hagan modificaciones que puedan perjudicar a la publicación.

## **6.2 Estudio de contenido**

A través del estudio de contenido se pretende encontrar si la comunidad universitaria se ve reflejada en los contenidos del periódico. Además, identificar si el objetivo del periódico es informar u opinar. De igual forma, se quiere dilucidar si ha habido cambios en su línea editorial. Para ello, se toma se analizaron los 5 números del periódico. En el estudio se considera el aspecto cuantitativo y cualitativo, del contenido manifiesto de la comunicación, determinando la frecuencia con que aparecen en el texto ciertas categorías previamente definidas, tales como ideas, expresiones, vocablos o elementos expresivos de diversa naturaleza. Además, se aplica el criterio de Kayser con el análisis de la forma: el género periodístico, el origen de la información, sus objetivos, los contenidos, etc. Otro criterio a emplearse es el criterio cuantitativo, de Berelson, que establece unas unidades de análisis para la cuantificación, como por ejemplo: cuántas palabras contiene el texto; cómo está estructurado el mensaje (sujeto, verbo y predicado); las formas de expresión de los autores de esos mensajes; los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el

total del contenido; la disposición de esos mensajes (tres, cuatro o cinco columnas, las líneas de texto, etc.).

Así, el estudio estuvo basado en el análisis del editorial y el artículo o reportaje más importante ubicado en sus páginas centrales, sobre el tema principal que toca la publicación. Se escogen estas dos unidades informativas por ser las que mejor reflejan la línea editorial y orientación del periódico, ya que por ser un periódico que se nutre de textos colaborativos de diversos estudiantes, evidencia la convergencia de diferentes maneras de pensar y de escribir, permitiendo encontrar a simple vista pluralidad de pensamiento en la publicación. Sin embargo, el estudio del editorial y del artículo o reportaje, más importante, permite profundizar un poco más en el mensaje contenido en el periódico.

El procedimiento a seguir implica, la identificarán como elemento más pequeño del discurso a las palabras, tomando en cuenta la frecuencia de aparición de las mismas dentro del texto; de igual forma se proseguirá con las frases que contienen estas palabras y cuya frecuencia de aparición refleja cierta intencionalidad del discurso. Y se presenta una lista de palabras y frases claves cuya aparición periódica indica una intencionalidad en la línea editorial del medio. Estas listas permiten llevar a cabo el análisis de contenido de la publicación en estudio, y de los temas tocados en las informaciones.

Para ver el estudio completo del contenido del periódico Tierra de Nadie ir al Anexo N° 7.

### **6.2.1 Consideraciones que arroja el análisis de contenido**

Luego del análisis de contenido realizado a los cinco números de la publicación Tierra de Nadie, es importante señalar finalmente, que en todas las ediciones se buscó vincular la portada de la publicación con el contenido de mayor

peso de la misma: el editorial y sus páginas centrales. Así mismo, la línea editorial de la publicación siempre se mantuvo orientada hacia la población joven de la UCV. Se pudo notar sin embargo, que luego del n°2, las secciones cambiaron de nombre y aumentaron, pero siempre orientadas hacia su público objetivo. Los temas abordados fueron pertinentes a la comunidad Ucevista, pero es de notar que en el N°4 los temas fueron más de interés nacional que universitarios.

Un punto a resaltar es el centimetrage otorgado a las unidades informativas que fueron parte del estudio, ya que en cada edición se observó, que a los artículos de opinión le fue dado mayor espacio. En líneas generales las páginas centrales le fueron concedidas al tema principal de la publicación, el cual era relacionado con la portada y el editorial. Solo los N° 0 y 2, ubicaban el reportaje principal en una sola página, teniendo que compartir esta área de gran fuerza visual con otra sección del periódico.

En cuanto a los autores de los contenidos expuestos en estas ediciones, fueron en su mayoría de alumnos de la ECS-UCV, sin embargo, algunos profesores colaboraron en el periódico a través del editorial o una columna de reseñas literarias. Los contenidos en cada publicación fueron enriquecidos con gráficas, despieces y fotografías que le dieron vida a los textos, brindando un efecto de enganche para que el lector quedase atrapado y leyera su contenido. Pero, se debe acotar, que en algunos artículos, las fotografías interrumpieron de tal manera el texto que se dificultó su lectura, por lo cual este caso se constituye en un ejemplo de lo que no se debe producir en una publicación, siempre debe haber un equilibrio entre el contenido y los elementos gráficos, para que fluye el proceso informativo satisfactoriamente.

## **CAPÍTULO VII**

### **RESULTADOS OBTENIDOS EN LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS Y DE LA REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS**

#### **7.1 Análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a la población de la ECS-UCV**

Para la determinación de la opinión de la comunidad Ucevista sobre la publicación Tierra de Nadie, se aplicó como instrumento de medición una encuesta (Anexo 4 y 5) tomando en cuenta las variables, contenido, morfología, opinión sobre el periódico basado en la percepción de su lectoría, y rediseño de la publicación. Fue aplicada en una muestra de 100 personas de la ECS-UCV, tomada del universo de la población de la UCV. Los resultados de la aplicación del instrumento se encuentran tabulados y graficados en el Anexo N° 8. A continuación el análisis de esos resultados:

De las 100 personas encuestadas solo 12 respondieron que en alguna oportunidad habían leído el periódico Tierra de Nadie, lo cual proporciona un dato interesante en cuanto al poco conocimiento y posicionamiento de la publicación en la población de la ECS-UCV.

En primer lugar se evaluó la opinión de las personas que si conocían la publicación y que ya habían tenido la oportunidad de leerla. Las preguntas realizadas en gran parte del instrumento fueron del tipo cerradas, para conocer la opinión sobre el diseño y contenido del periódico, y sobre la realización de su rediseño. Las preguntas abiertas estaban orientadas hacia las propuestas que los entrevistados ofrecieran para el diseño, el contenido, y sobre el equipo que realizaría el periódico.

Sobre el formato, la mayoría (58%) de los encuestados consideró como regular la elección del formato tabloide recortado para el periódico Tierra de Nadie. Con respecto a la calidad de la impresión la opinión varió del rango de regular a buena la calidad. En lo concerniente a la identificación del logotipo, 50% lo pudo identificar bien y la otra mitad no. Y, un 50% de los encuestados consideró que la portada no captaba su atención.

En referencia a la tipografía empleada en el periódico, a la mayoría (58%) no le gusta el tipo de letra empleado en la publicación, pero el 67% opina que son fáciles de leer, en líneas generales. En cuanto a la disposición de los elementos en el periódico (títulos, textos e imágenes), el 42% opinó que esta era regular, lo cual concuerda con la opinión del 50% de los encuestados que opinan que el diseño del periódico también es regular. Sobre la periodicidad de la publicación, para el 50% de las personas encuestadas el periódico debe ser publicado semanalmente y el otro 50% considera que debe ser publicado mensualmente.

Además, en cuanto al contenido del periódico, el 92% consideró que las informaciones plasmadas en el periódico Tierra de Nadie son interesantes. Así mismo, las secciones las consideran de regulares a buenas. Y un 50% de los encuestados cree que los contenidos del periódico no reflejan a la comunidad universitaria, por lo cual, también el 50% de los encuestados opina que no cubre las necesidades informativas de la población universitaria.

Ante la pregunta si estarían de acuerdo con un nuevo diseño del periódico, todos opinaron que si estaban de acuerdo. Sobre los elementos que mayor números de encuestados consideraron que deberían permanecer fueron, algunos elementos del diseño aplicados en la portada, el formato, las fotografías grandes, algunas secciones como cultura, investigación, deportes y acción social. Y sobre los elementos que deberían cambiar la mayoría opinó (50% de los encuestados), que debería ser la diagramación y diseño (el concepto gráfico, el abuso de los colores, la ubicación de

las imágenes); y además, la tipografía empleada en la publicación. Sobre los elementos que agregarían mencionaron, mayor contenido de investigación, más información sobre la UCV, nuevas secciones. Y para el diseño solicitaron un diseño más actual, una tipografía más llamativa, más luz y color en el diseño, una mayor uniformidad en los elementos gráficos, un manual de estilo y un profesor de apoyo o guía.

Cuando se preguntó sobre la principal tarea del periódico universitario Tierra de Nadie, el 83% de los encuestados contestaron que era informar, especialmente sobre temas de interés para los estudiantes de la UCV, que sea información útil y que permita el diálogo. En referencia a que el periódico sea llevado por estudiantes, están completamente de acuerdo, lo ven como una oportunidad para que los estudiantes adquieran experiencia, y para profundizar el aprendizaje. Los encuestados consideran que el periódico puede convertirse en un laboratorio de aprendizaje, que debe contar una guía en su realización.

Luego de analizar las respuestas de las personas que ya conocían el periódico, es importante revisar las respuestas de quienes nunca habían visto el periódico y que ni siquiera lo habían leído. A este grupo se le realizaron preguntas abiertas, con el fin de conocer su opinión ampliamente.

A través de las respuestas dadas, se observó que la población encuestada considera de manera positiva que la ECS-UCV tenga un periódico, solo se emitieron respuestas positivas, donde la mayoría estuvo en el orden de lo excelente y lo bueno. Además, los encuestados consideran que es una excelente oportunidad para brindar información sobre la UCV y aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de comunicación social.

Ante la pregunta cerrada sobre si les gustaba el diseño del periódico, un 53% de los encuestados les gustó en líneas generales el diseño del periódico. Sin embargo,

el 34% no le gustó y un 13% le pareció un diseño regular. Y a la pregunta abierta que acompañaba a la pregunta anterior, en la cual se les pedía que describieran cómo les gustaría que fuera este periódico, de los 88 encuestados se recibieron 42 apreciaciones negativas y 23 positivas. Por lo cual, la mayoría (43%) de las sugerencias estuvieron orientadas hacia una mejor diagramación de la publicación, un 14% perfeccionamiento en el uso de los elementos gráficos, 13% mejoras en los contenidos que se abordan, y 11% de las sugerencias se dirigieron al mejor uso del color y una mejor elección de la tipografía empleada en el periódico.

En cuanto a las secciones, a un 76% de los encuestados le gustaron las secciones presentes en el periódico Tierra de Nadie. Sin embargo, las secciones que más fueron solicitadas por los encuestados fueron la de deportes; seguida de la sección cultural, con una agenda cultural; y la sección de quejas y denuncias. De esta forma, el hecho de que a los encuestados le gustaran las secciones concuerda con el 81% de opiniones favorables hacia el contenido de la publicación. Las opiniones emitidas estuvieron en su mayoría del orden de lo positivo y resaltaron los adjetivos interesante y variado, para describir este periódico.

Sobre la periodicidad del periódico, 47% de las personas encuestadas opinaron que debería ser publicado semanalmente. En referencia a si les gustaría participar en la producción del periódico, el 68% respondió que sí. Y un 80% de los encuestados no les importaría que se incluyera publicidad, siempre y cuando no sea excesiva, que se apoye el talento y la producción nacional, y que sirva para mantener a la publicación. En cuanto al logotipo al 52% de los encuestados no le agrada, quisieran un cambio, incluso propusieron la realización de un concurso para rediseñarlo.

Sobre los datos demográficos arrojados a través del instrumento aplicado, se puede observar que la mayoría de la población encuestada en la ECS-UCV, está entre los años 18 a 26 años. Además, de los 93 estudiantes encuestados, 32 están cursando

el 3° semestre de la carrera de comunicación social; le siguen los que cursan el 7° semestre y luego los que estudian el 9° semestre.

### **7.1.1 Consideraciones finales**

De los resultados obtenidos de las encuestas se puede concluir que el periódico Tierra de Nadie, es un medio deseado por la población de la ECS-UCV, para informar e informarse. La consideración de los contenidos como interesantes por parte de la población joven de la Escuela, deja ver que a pesar de que no haya sido del todo acertado el trabajo de diagramación de los elementos constitutivos del mismo, es un periódico con el potencial para convertirse en un excelente medio de la ESC-UCV.

Es importantes señalar que de los datos demográficos obtenidos de la encuesta aplicada se arrojó como dato valioso para este trabajo de investigación que, en la actualidad la mayor parte de la población que estudia en la ECS-UCV está entre las edades 18-20 años, una población juvenil, que está comenzando sus estudios de pregrado en la universidad; que necesita conocer con mayor profundidad todo lo concerniente a su casa de estudio y cómo puede relacionarse con éxito con su ambiente y sus congéneres; y jóvenes en formación profesional que necesitan poner en práctica los conocimientos que vayan adquiriendo en las aulas de clases.

El instrumento de las encuestas también permitió aclarar, que aunque el periódico tuvo un relativo nivel de aceptación a primera vista de su concepto gráfico, esta publicación requiere ser sometida a un proceso de revisión y redefinición. Y gracias a las opiniones y los aportes de los encuestados, en cuanto a sugerencias en la distribución de sus componentes gráficos, un mejor aprovechamiento del espacio, la presencia de menos texto y más gráficos e imágenes, un cambio hacia un logotipo más atractivo, entre otros señalamientos, podrá llevarse a cabo el rediseño de la publicación Tierra de Nadie tomando en cuenta todos estos elementos durante el proceso.

## **7.2. Consideraciones que arrojaron las entrevistas realizadas**

Para el presente trabajo de investigación se realizaron una serie de entrevistas, con la finalidad de conocer la opinión sobre el contenido y diseño de la publicación de la ECS de la UCV, Tierra de Nadie. Por una parte, se entrevistaron a personas vinculadas a la publicación como Maribel Dam, Directora de la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, dado que la publicación fue creada bajo su dirección; a Miguel Ángel Latouche, Director de la ECS-UCV, ya que durante su gestión fue que pasó a manos de la ECS este periódico; a Humberto Luque, Sub Director de la Unidad de Información y Comunicación de la UCV, quien fue el primer Director del periódico Tierra de Nadie; y dos estudiantes de la ECS-UCV, José Court y Ariana Guevara, los cuales colaboraron en la producción del periódico y que en la actualidad ya son licenciados en Comunicación Social egresados de la UCV. Por otra parte, se entrevistó a Elsy Torres, como la profesional experta en materia de rediseño y reingeniería de impresos, quien es la Coordinadora de Diagramación del periódico Líder y participo en una de las etapas del proceso de rediseño de esta publicación, que además es Lic. en Comunicación Social y profesora de la ECS-UCV, cuya experiencia y opinión constituyen un aporte importante para la realización del trabajo de rediseño de la publicación Tierra de Nadie.

### **Estas entrevistas puede leerlas en el Anexo N° 9**

De las entrevistas que se efectuaron sobre el periódico Tierra de Nadie se pudieron determinar varios puntos de concordancia. El primero de ellos radica en que los entrevistados opinaron que el Periódico Tierra de Nadie tiene como principal función informar a su público objetivo, en este caso a los estudiantes de la UCV, sobre lo que sucede en la universidad, sobre los temas que le son pertinentes como población joven y dominante en número en la universidad.

En segundo lugar, concuerdan en la necesidad de revisar ciertos elementos en el diseño de la publicación, porque consideran que diseño y contenido deben ir de la mano para que la publicación invite a la lectura, pero siempre cuidando el tratamiento de los temas, que al fin y al cabo marcarán la diferencia con otras publicaciones de la universidad.

Por otra parte, todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en la importancia de someter al periódico Tierra de Nadie a un proceso de rediseño, como parte del crecimiento de cualquier publicación. Fue en este punto del rediseño que fue pertinente la información que suministrada por la profesora Elsy Torres durante la entrevista, que dada su experiencia en el campo laboral, ofreció luces sobre cómo debería llevarse a cabo el rediseño de esta publicación: 1) Conocer su mercado meta, 2) Evaluar el posicionamiento del producto actual, 3) Estudiar su contenido y diseñar propuestas para mejorar, y 4) Plantear bocetos y revisarlos con sus posibles lectores.

Finalmente, en el rediseño del periódico Tierra de Nadie la creatividad es un elemento importante que no debe ver en la carencia de recursos tecnológicos, una limitación. Por ello, fue pertinente demostrar a través de las propias palabras de los entrevistados, que cualquier carencia tecnológica o económica debe constituirse en un reto que pondrá a prueba la creatividad de los estudiantes para sacar adelante el trabajo de producción de la publicación.

## **CAPITULO VIII**

### **PROPUESTA DE REDISEÑO DEL PERIÓDICO TIERRA DE NADIE**

La siguiente propuesta de rediseño surge como producto de un profundo estudio realizado al diseño y contenido del periódico universitario Tierra de Nadie, del cual pudieron determinarse áreas con debilidades que requerían ser modificadas y fortalezas que demandaban ser aprovechadas, para el relanzamiento de una publicación que tiene un público objetivo ávido de información. Durante el proceso, fueron tomadas en cuenta las fuentes bibliográficas consultadas, las encuestas de opinión y los estudios a la morfología y contenido del periódico. Pero además, el conocimiento y experiencia de diagramadores expertos en la materia de rediseñar medios impresos.

Esta propuesta ha tomado en cuenta entre muchos otros aspectos lo expuesto por Simón Rodríguez (2011) quien señala que se deben disponer los textos, las imágenes, el espacio en blanco y el color, para crear una página atractiva. Además recomienda, abordar con mayor amplitud los problemas más cotidianos, los problemas vinculados al éxito en los estudios universitarios. Por su parte Mario García (2002) señala que hoy en día el rediseño de los periódicos se inclina hacia el minimalismo en el estilo gráfico, la buena organización del contenido, una apropiada paleta de colores, la filosofía del periódico y, una sólida y funcional tipografía. Elsy Torres (2011) considera que la publicación debe presentar una retícula móvil, tipografía palo seco y una paleta de colores que transmita alegría, plantear conceptos, con despieces y un sistema de coordenadas y navegación que simulen el dinamismo de los aparatos que utilizan los muchachos en la actualidad. En cuanto al contenido, sugiere difusión de las investigaciones que se llevan a cabo en la universidad; coordenadas de los eventos y planes generales; secciones sobre becas y bolsas de trabajo; nacionales y foráneos; y actividades con los egresados.

A continuación la propuesta editorial y gráfica para el periódico Tierra de Nadie:

### **8.1 Línea Editorial**

Tierra de Nadie es un medio independiente que mira con equilibrio los acontecimientos noticiosos de la Universidad Central de Venezuela y del país. Los estudiantes de la UCV son su prioridad y la noticia su medio de llegar a la comunidad más grande que hace vida en el recinto universitario.

### **8.2 Nuevo concepto**

Tierra de Nadie es el periódico de la comunidad estudiantil joven de la UCV, en él se privilegiarán los temas de la comunidad y del estudiante universitario. Para el Periódico Tierra de Nadie lo importante es la gente, lo cotidiano, el día a día ligado a su vida estudiantil y universitaria. En el Periódico Tierra de Nadie se tocarán las noticias y su impacto en la comunidad de una manera concisa pero profunda.

### **8.3 Las fuentes**

Entre sus fuentes están: los mismos estudiantes, profesores, personal que labora en la universidad, amigos y visitantes que hacen vida dentro de la UCV. Además, la publicación se nutrirá de las redes sociales como Facebook, twitter, medios digitales, y de las instituciones que tienen que ver con los temas que le interesa al público objetivo, entre ellas la misma UCV.

### **8.4 La personalidad del periódico**

Tierra de Nadie es el periódico de los jóvenes y a ellos se le ofrece todas las informaciones que le sean cercanas: las actividades que se realizan en la UCV, el

campo laboral de las carreras que se dictan en la universidad, actividades culturales, todo lo referente a la música hecha por los Ucevistas y también por otros, agrupaciones musicales promovidas por los estudiantes y que le son de interés, creaciones literarias, tendencias tecnológicas, temas de salud, cine y entretenimiento, oferta de productos y servicios, deportes, qué hacer y cómo divertirse.

### **8.5 Target o público objetivo**

Este periódico está especialmente orientado hacia la comunidad estudiantil joven de la Universidad Central de Venezuela. Sin embargo, como podrá circular por todo el campus, tiene la posibilidad de ser leído por toda la comunidad universitaria que desee acercarse a esta publicación.

### **8.6 ¿Qué define al periódico Tierra de Nadie?**

- Un diario para los jóvenes Ucevistas y de los jóvenes Ucevistas.
- Su prioridad es la comunidad estudiantil y sus problemas.
- Es breve y a la vez profundo.
- Analiza los temas de los jóvenes, mostrando todos los puntos de vista.
- Es interactivo.
- Un periódico joven, innovador, enérgico moderno y audaz.
- Responde al periodismo de proximidad.
- No confronta, su interés se basa en lo humano.
- Es cuidadoso, claro y atractivo.
- Una nueva manera de hacer publicidad donde se cuide al lector y pueda ser un negocio rentable.
- Es práctico y de fácil lectura.

## 8.7 Secciones del periódico

Lo que pasa en la UCV: aquí estarán ubicadas las noticias que se generan del campus universitario, que sean de interés para los estudiantes, y que por su temática no puedan ser ubicadas en alguna otra sección del periódico. Así mismo, dará cabida a un apartado dentro de la misma sección para colocar la opinión y sentir de los estudiantes sobre diferentes temas de interés.

Cultura: en esta sección se prestará especial apoyo a los actos culturales, y presentaciones de los diferentes grupos culturales que hacen vida en la UCV. Además, en esta sección estará presente la cartelera cultural de las actividades que se realizan y que están por llevarse a cabo en la universidad.

Literatura: en este apartado del periódico se presentarán las diferentes producciones literarias que los mismos estudiantes hayan realizado, como: crónicas, cuentos, reseñas de libros, crítica literaria, etc. También se destinará un espacio para publicar eventos, cursos, cátedras y demás actividades del mundo literario que se estén realizando en la UCV.

Cine: esta sección está dedicada a la difusión y promoción de la producción audiovisual realizada por los estudiantes de la UCV, como una manera de apoyar y difundir lo que los estudiantes realizan y proyectar su talento. Incluso, se publicará dentro de la misma sección, una cartelera cinematográfica para dar a conocer lo que se está proyectando en las salas de cine nacionales.

Música: aquí se presentará y difundirá la producción musical de los distintos grupos musicales que hacen vida dentro del recinto universitario. Las agrupaciones y bandas de diferentes tendencias musicales, tendrán la oportunidad de presentarse ante la comunidad universitaria, dar a conocer su música, producciones y presentaciones en público. Igualmente, se podrá incluir reseñas de grupos musicales de interés para

los jóvenes que no sean necesariamente de la universidad, nacionales e internacionales, su música y tendencias, pero sin que ocupe la totalidad de la sección, como una forma de dar prioridad a lo hecho por los Ucevistas.

Con la comunidad: en esta parte del periódico se mostrarán las actividades referentes a la prestación del Servicio Comunitario por parte de los estudiantes de la UCV. La idea es difundir la acción social que están realizando los estudiantes y su relación con las comunidades donde están prestando el servicio. De igual manera, se presentarán las diferentes opciones para los que están por prestar su Servicio Comunitario, y demás actividades e informaciones relacionadas con el Servicio Comunitario de la UCV.

Salud: en esta sección se ubicarán informaciones sobre temas de salud, con la finalidad de que los estudiantes encuentren lo necesario para mejorar su calidad de vida desde que están en esta etapa de estudiantes. Además, se integrarán informaciones sobre jornadas médicas a realizarse en el campus, como también sobre las diferentes actividades en materia de salud que se desarrollan en la universidad.

Clasificados: es aquí donde los estudiantes encontrarán avisos clasificados sobre servicios y productos que deseen adquirir. De igual forma, servirá de guía para las diferentes ofertas de empleo y pasantías que estén en el mercado laboral. Además, se han incluido los eventos, cursos y talleres, que amplíen el espectro de la formación profesional del estudiante.

Deportes: en esta sección los estudiantes disfrutarán de las informaciones deportivas de actualidad. También se toparán con las informaciones de las diferentes opciones que ofrece la universidad para practicar su deporte preferido o en el cual quieran incursionar.

Además de las secciones antes mencionadas se ha incluido en el periódico la nota editorial, que expone una bienvenida al lector al periódico. Es en el editorial donde los realizadores de Tierra de Nadie tendrán la ocasión de mostrarles a sus lectores su visión de la actualidad universitaria y de los temas que se desarrollarán en la publicación.

En la misma página de la nota Editorial se ha agregado una sección denominada: Buzón del estudiante, en este apartado el estudiante podrá enviar vía twitter, Facebook o correo electrónico, sus opiniones, denuncias y mensajes que desee que sean publicados en el periódico Tierra de Nadie.

## **8.7 Visión publicitaria**

### 1.- Clasificados gratuitos:

- Como una manera de ayudar a los estudiantes que no tienen como publicitar ofertas de servicios.
- Funcionaría como un servicio público.
- Estas pueden ser máximo tres líneas y con información comprobada: venta de diversos artículos de interés universitario (aparatos tecnológicos, PC, cámaras fotográficas, libros, utensilios de estudio, etc.); difusión de talleres, cursos, preparadurías; propagación de eventos, simposio, congresos; oferta de servicios (alquiler de video beam, sistemas de audio y video, entre otros; alquiler de habitaciones estudiantiles).

### 2.- Grandes anunciantes:

- Funcionaría como una manera de autofinanciamiento de la publicación.

- Los productos y servicios deberán ser de interés para el target del periódico y cónsono con la línea editorial del periódico.
- Estos anuncios pueden abarcar varios módulos de la página del periódico o podrán ser encartados dentro de la publicación.
- Pueden publicitar: Supermercados, librerías, bancos, farmacias, editoriales, tiendas tecnológicas, de ropa, calzado, entre otros rubros.
- En la presente propuesta estos anuncios se ubican en la página donde se encuentran los clasificados.

## **8.8 Características morfológicas del rediseño**

En el proceso tradicional de diagramación se realizan los siguientes pasos: Idea – Bocetos – Obtención de imágenes en tono continuo y tipografía, diagramación – Montaje – Transporte – Impresión – Acabados – Distribución. A continuación se presentan las características del periódico con respecto a la retícula, logotipo y foliatura, la cabecera, la unidad informativa, tipografía, recursos tipográficos, paleta de colores, recursos gráficos, fotos e infografías, publicidad.

### **8.8.1 Retícula**

La retícula surge luego de darse el proceso definitivo en el diseño y configuración del periódico Tierra de Nadie a través de su diagramación. Es en esta fase se procesa el diseño preestablecido de los textos, recursos gráficos, etc., conservando la personalidad del periódico, permitiendo visualizar la composición gráfica de los contenidos del periódico. Este trabajo de diagramar las diferentes páginas de la publicación, tiene que verse como un esfuerzo mancomunado entre los articulistas o redactores y el diagramador, para que realmente se comuniquen las informaciones de la forma adecuada.

La maqueta del tabloide Tierra de Nadie es dinámica, ya que permite cambiar la disposición de titulares, textos, ilustraciones, espacios en blanco de acuerdo con las informaciones que se vayan a plasmar en él (Evans, 1985), de esta manera se logra esa libertad que requiere un periódico universitario realizado por los estudiantes. Ahora bien, la ubicación de los diferentes elementos de la página se realiza de manera modular.

La maqueta no deberá cambiar con cada edición del periódico, porque como lo indica Evans (1985)<sup>76</sup>, aunque genere sorpresa con cada cambio, se haría expensas de la continuidad de los valores de las noticias y/o de la identidad del periódico, por ello los cambios deben estar influenciados por la noticia, no por apreciaciones particulares del diagramador queriendo hacer siempre algo nuevo.

El periódico Tierra de Nadie tendrá una retícula a cinco columnas, de 45 mm cada una y un medianil de 4,75 mm. En cuanto al texto se evitará la imagen de ladrillos de texto, por lo cual las informaciones serán cortas y concisas. Las informaciones constarán de un titular, un sumario y el contenido. Sin embargo, puede haber notas informativas donde se omita el sumario.

La disposición de las informaciones se guiará a través de lo expuesto por Orozco<sup>77</sup>, la cual deberán respetar la naturaleza editorial y las reglas mínimas de legibilidad. Por lo tanto, el material informativo abarcará 1 o varias columnas, las notas de apoyo (o despiece) irán en 1 o 2 columnas, para los artículos de opinión o encuestas se empleará una columna. Para determinados casos y sobre todo en los reportajes de las páginas centrales se podrán utilizar medidas falsas a lo ancho de la mancha.

---

<sup>76</sup> Evans, Harold: Diseño y compaginación de la prensa diaria. México. Editorial Gustavo Gili, S.A. , 1985, p. 85.

<sup>77</sup> Orozco y otros, 2000, p.6.

Sobre las medidas falsas esta se justifica parafraseando las palabras de Orozco<sup>78</sup> el cual señala que por más sencilla que sea una publicación, esta no debe caer en la presentación monótona de las informaciones, hay que sacar provecho de los recursos tipográficos, y aunque se use un columnaje determinado, este puede modificarse con “medidas falsas”, que agregan según él “color tipográfico a la página.

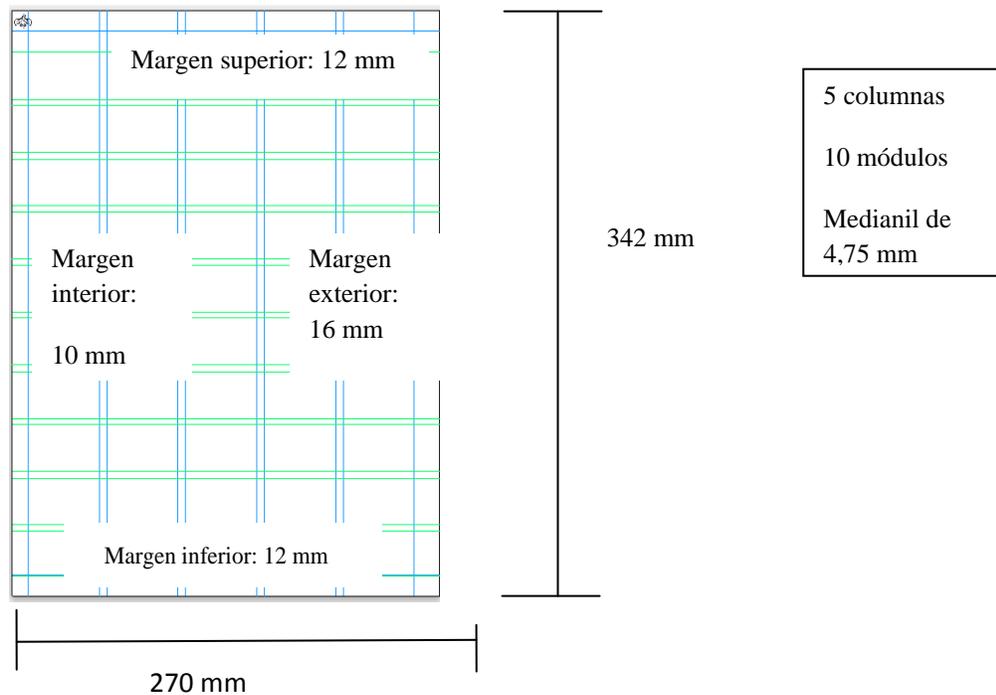
Es importante señalar que en el proceso de diagramación se tomará en cuenta la ubicación de uno o varios elementos, sin que se altere la lectura tipográfica y visual, como Centro de Impacto Visual<sup>79</sup>, el cual según Mario García (2002) señala que es esencial debido a que: “representa el éxito más simple de la fórmula que cualquier persona puede utilizar para garantizar un sentido de la proporción y del balance eventual del diseño en la página”.

Dentro de la dinámica de trabajo se recomienda la realización de bocetos en los cuales se pueda visualizar las diferentes maneras de ubicar los elementos informativos en las páginas del periódico, de esta manera se enriquece el diseño, por lo menos así lo señala Elsy Torres (2002), quien agrega, que la estructura del periódico debe permitir construir diversas composiciones y ahorrar tiempo, sin desmejorar la calidad de la edición.

---

<sup>78</sup> Orozco y otros, 2000, p.59.

<sup>79</sup> <http://www.pointer.org/visual/leyes/archive.htm>



### 8.8.2 Logotipo

**TIERRA DE NADIE**  
*...tierra de todos*

El logotipo de Tierra de Nadie debería transmitir el carácter fresco, inclusivo, franco y directo de la publicación y del público joven de la UCV. Para ello, la primera frase con las palabras Tierra de Nadie, se acompañó con una segunda frase y lema ...tierra de todos. Las palabras Tierra de Nadie, en color naranja, cuyo código en cuatricromía sería: C:0, M:75; Y:100; K:0 (#e95e0f); donde la utilización del mismo color de todas las palabras de esta frase forman una unidad. Y debajo de la frase Tierra de Nadie, se ubican las palabras tierra de todos en color verde, conformando así, otra frase precedida de tres puntos suspensivos que denotan

continuidad con la frase de arriba (Tierra de Nadie), su código en cuatricromía sería: C:50, M:0; Y:100; K:40 (#688713).

En cuanto a la representación de los colores del logotipo, se determina el naranja para la primera frase, por denotar vitalidad, vivacidad, que es lo que caracteriza a la población juvenil de la universidad que utiliza un espacio de la UCV llamado Tierra de Nadie. Y se emplea el verde en la segunda frase, por ser un color característico de esta zona poblada por frondosos árboles y prominente grama, que recibe a los estudiantes que en ella comparten. El verde es un color al cual se le une con lo fresco, lo esperanzador, propio también de los años de la juventud.

El tipo de letra empleado en la frase Tierra de Nadie es de la familia Palo Seco<sup>80</sup>, Aharoni Bold, en altas. Y la frase ...tierra de todos, tiene el tipo Palo Seco Seque Print, en bajas y en cursiva, para darle movimiento al logotipo.

La elaboración de este logotipo basado en los principios que expone Ghaddra González (1989), forja la imagen de la empresa o producto, da a conocer su nombre rápida y sencillamente, garantiza los servicios ofrecidos por la misma, concede confianza, respaldo, le confiere calidad y distinción.

### 8.8.3 La cabecera



La cabecera de Tierra de Nadie está integrada por el rótulo, nombre del periódico, los datos registrables (Lugar, fecha, año, número de la publicación) y el

---

<sup>80</sup> Tipografía producida en el siglo XIX Se divide en tres categorías principales, Grotescos, presentado por Caslon Foundry en Inglaterra; Geométricos, propios de los movimientos de arte modernos y Bauhaus, del año 1920; y Humanísticos, del calígrafo Edward Jhonston. Auten, Jeremy (1994). Guía completa de la tipografía. Editorial Blume. Barcelona, España. Pág. 144.

logo de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Se le ubica centrada en la página en la parte superior.

Según la clasificación realizada por Fernando Lallana (citado por Canga, 1994) la cabecera de Tierra de Nadie es del tipo que emplea soluciones intermedias entre las de fuerte innovación y las más conservadoras, pues se presenta con tipos modernos, con un volumen discreto.

#### 8.8.4 La foliatura



La foliatura es del tipo ordenada, según la clasificación hecha por Orozco (julio, 2002). Se ubica sobre una línea de 2 pts., con un color que varía según el color de la sección, y se le ubica a lo largo de las cinco columnas del periódico, en la parte superior.

La foliatura está conformada por tres elementos, donde sus características gráficas son:

- Folio en el extremo exterior, fuente Aharoni, a 24 pts.
- Nombre del periódico en la misma línea del número centrado, logotipo en negro, Tierra de Nadie, fuente Aharoni, en altas, a 12 pts; y ...tierra de todos, fuente Seque Print, en bajas, a 12 pts., ambas frases en negritas.
- Fecha en el extremo interno de la página, fuente Helvética, en altas y bajas, a 11 pts., en negrillas.

### 8.8.5 Unidad Informativa

La unidad informativa del periódico Tierra de Nadie se estructura por la línea editorial y de diseño, para atender cada uno de los tópicos de interés del público objetivo. Su diseño tiene varios planos de lectura, con recuadros, con varias entradas y para abarcar varios tipos de lectura.

Cada página contiene: una o dos notas informativas destacada, notas de apoyo (o despieces), columna de opinión o para encuestas. Sus consideraciones teóricas y de estilo se exponen a continuación.

Información destacada: la mayoría de las páginas informativas tiene una noticia destacada, con una extensión aproximada de 1500 caracteres, su texto debería ocupar el mayor columnaje, debe contar con título, subtítulo, crédito del autor, sumario, intertítulos, notas de apoyo (despieces), ilustraciones, fotografías (con leyenda y créditos del fotógrafo, ocupando dos o más columnas).

Notas de apoyo o despieces: sirven para hacer menciones de un aspecto específico de la información central, datos, frases, etc. Su colocación no debe interrumpir el recorrido normal de la lectura y según Elsy Torres no debería superar el 30% del espacio principal<sup>81</sup>.

Notas: unidades informativas de desarrollo corto que contempla entre 800 y 1400 caracteres. Presenta título, subtítulo opcional, créditos del autor y fotografía (acompañada de leyenda y crédito del fotógrafo). Por lo general abarca entre 2 y 3 Col.

---

<sup>81</sup> Torres, Elsy (2002). Tal Cual. Identidad Gráfica. Trabajo de licenciatura. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela. Tutor Eduardo Orozco. 226 págs.

Breves: son un núcleo informativo conciso, no supera los 600 caracteres, llevan título, texto y algunas veces se coloca una pequeña foto, sin leyenda o datos de registro. Otra modalidad es colocarlos en línea vertical u horizontal en la parte inferior de la página, enlazados en secciones informativas.

Foto Leyenda: es una fotografía de gran tamaño e impacto informativo, con su leyenda y créditos del fotógrafo. Se integran a ella un título y texto breve, para contextualizar e interpretar la imagen.

Columna de opinión: desplegada generalmente en forma vertical, se colocan en la entrada de la página, en su parte externa, su ancho oscila entre 1 o 2 columnas, cuando abarca dos columnas se divide en dos bloques.

Columnas de información: si una nota informativa no supera los 1800 caracteres y su interés es secundario, esta puede ubicarse en una sola columna hacia el lomo del periódico, debe presentar título, es opcional el subtítulo, puede integrarse una foto con su leyenda.

Artículo de opinión: trabajos donde el autor se identifica, y se coloca su email. Según su extensión puede estar acompañada de otros artículos de su misma naturaleza.

Titulación: En el periódico Tierra de Nadie se omite el antetítulo para darle una entrada directa a la información a través del título. Puede acompañarse con una frase importante de la información, pero esta no debe superar dos renglones cuando comprende las cinco columnas.

Luego se coloca el subtítulo, que puede abarcar dos líneas. Y por último el sumario, ubicado en la primera columna, no va más allá de los 300 caracteres donde se destaca un aspecto noticioso, que no se haya mencionado en el lead o la leyenda.

La titulación en Tierra de Nadie es flexible, en algunas ocasiones es descriptivo, otras veces de impacto, puede que no se apege de manera estricta a las normas de redacción, cuando se quiere ser más coloquial.

The image shows two pages from the magazine 'TIERRA DE NADIE' with various annotations. Page 3 features the title 'A UN PASO DEL JARDÍN BOTÁNICO DE CARACAS' and a sub-header 'Diversidad vegetal y tranquilidad son un regalo que ofrece para los ucevistas el Jardín Botánico.' Page 5 features the title 'Frio y Sereno' and a sub-header 'Narrativa'. Annotations include boxes for 'Título', 'Columna de opinión', 'Sumario', 'Antetítulo', 'Autor', and 'Artículo' pointing to specific elements on the pages.

### 8.8.6 Tipografía

Los modelos de tipografía le confieren a los periódicos una identidad gráfica diferenciadora, la cual puede influir en la percepción del público, el cual al ver la constancia y coherencia del uso de la tipografía, le conferirán al periódico una imagen de organización, seriedad en el trabajo periodístico, y credibilidad.

Es importante, así como lo señala el autor Michael Gafre (1998), que las tipografías empleadas en el textos, los títulos, antetítulos, subtítulos, entradillas, ladillos, pie de foto, recuadros, etc., deben armonizar<sup>82</sup>.

Las letras no solo permiten legibilidad de los textos, sino que confieren significado a los conceptos que las palabras expresan. Por ejemplo, las cursivas minúsculas denotan dinamismo (González, 1989)

De acuerdo al perfil visual creado para Tierra de Nadie, se escogieron fuentes de construcción tipográfica Palo Seco, del tipo Helvética, un tipo moderno, relacionados a los medios digitales, con líneas limpias y sencillas.

Las características tipográficas del periódico Tierra de Nadie son las siguientes:

Títulos de las informaciones: estos títulos son breves y sugerentes. Puede abarcar desde dos columnas, hasta las 5 columnas, desde una línea hasta dos líneas. La fuente empleada generalmente es en Franklyn Gothic Heavy, en los tamaños, 22 pts., 24 pts., 36 pts, 48 pts. Y en algunas ocasiones se emplea Aharoni en tamaños 30 y 36 pts. El tamaño de la fuente dependerá de la importancia de la información, si es una nota principal o secundaria. Las oraciones son construidas en altas y bajas. Los antetítulos si los hubiere en helvética a 14 pts.

---

<sup>82</sup> <http://www.lazarillo.com/latina/a/75mic.htm>

CULTURA

# La Estudiantina Universitaria se presenta en la UCV

La Estudiantina Universitaria ya cuenta con 52 años de trayectoria. música europea y latinoamericana. Posee un extenso repertorio con arreglos musicales en su mayoría esencialmente



Título principal

REPORTAJES Y ENTREVISTAS

# La Escuela de Comunicación Social celebra sus 65 Aniversario

La Escuela de Comunicación Social de la UCV celebrará su aniversario número 65 bajo el lema ...por la COMUNICACIÓN: Formamos, Investigamos, Debattimos, Reflexionamos, Participamos. con el II Congreso Panamericano de Prensa celebrado en 1945 en el que se recomendó al Congreso Venezolano de Prensa la creación de una Escuela oficial de periodismo. En agosto de 1945 la Asociación Venezolana de



Título principal del reportaje en Franklyn Gothic Heavy a 48 pts.

**Narrativa**  
**Eternidad**  
Por Venus Cañas

dirigió al cementerio y se detuvo en el mismo sitio en el que lo había hecho durante los últimos setenta y cinco años. La atmósfera de todo el lugar

dirección de su mirada entre la gente, lei sus labios y comprendi de inmediato que finalmente ella, había regresado. Era joven y hermosa, como otrora en

**Narrativa**  
**Frío y Sereno**  
Por Orlando Alfonso

de que el italiano botara la última...

LITERATURA

Antetítulo

Los subtítulos: su cuerpo puede variar dependiendo del que tenga el título al cual acompaña, para que no se vea más grande que este último. Puede abarcar hasta las 5 columnas y hasta dos líneas. Se usa helvética, desde 16 a 24 pts.

# Banda VUELO VED

“Un decreto de evolución porque el vuelo es... un ascenso”

La banda Vuelo Ved ya está preparando una



Subtítulo

Sumarios: se colocan en la primera columna donde comienza la información y su extensión apenas debe pasar de una columna. Se escribe en Helvetica57Condensed a 11 pts., en negrillas y sin punto al final.

8 TIERRA DE NADIE ...tierra de todos Octubre 2011

**CINE**

**“Cuyagua, la cuna de la humanidad”**  
**Un documental dedicado a la conciencia, la ecología y las playas paradisíacas**

El documental **“Cuyagua, la cuna de la humanidad”** de Rebecca Castellanos se estrenará en el Museo de Bellas Artes.

de destacar el lugar que Cuyagua ha sufrido, pues está lleno de basura, los robos se acentúan y la entrada y salida de autos a la orilla es constante”, aseguró Castellanos.

“Existe un grupo pequeño que desea establecer una reserva frente a la playa, han sembrado plantas, han diseñado catálogos, pero aún



Sumario

Título de la sección: este está colocado dentro de un recuadro a color, en Helvética, a 14 pts.

10 TIERRA DE NADIE ...tierra de todos Octubre 2011

**ACCIÓN SOCIAL**

**Fundación Pro Surf Venezuela**



El Servicio Comunitario Pro-Surf busca sembrar valores en los niños de la costa venezolana.

El fin de semana pasado estudiantes de la Universidad

**Foro "Hablan Los Estudiantes"**

En el marco de la III Feria del Estudiante de Servicio Comunitario, que se realizará en la UCV del 14 al 19 de noviembre, se tiene previsto desarrollar un Foro denominado "Hablan los estudiantes" en el cual se espera que cada Facultad seleccione un grupo de estudiantes que pueda presentar su vivencia en el proceso de la presta-



Con información del Prof. Roca Ferrández

Título de la sección

Título de columna de opinión: se imprime sobre fondo negro al 100% o al 50%, a la cabeza de la columna Helvética, a 18 pts.

Octubre 2011 TIERRA DE NADIE ...tierra de todos

**A UN PASO DEL JARDÍN BOTÁNICO DE CARACAS**

Diversidad vegetal y tranquilidad son un regalo que ofrece para los azevistos el Jardín Botánico.

Redacción  
 El acceso a la Universidad Central de Venezuela por Plaza Venezuela, a un lado del arco, se encuentra la

Botánico de Venezuela. Dr. Tobias Lasser y forma parte de la Ciudad Universitaria de Caracas, Patrimonio Cultural de La Humanidad (Unesco, 2000).

Con información de la página web de la Fundación <http://www.fbv.org.ve>



**LO QUE PASA EN LA UCV**

**SER ESTUDIANTE DE LA UCV ES...**

Título de la columna de opinión

Intertítulo: se emplea en el desarrollo de textos largos, para destacar o introducir un aspecto de la información, cabe en una col, en Helvética, a 10 pts, en negritas.

ingresar al concierto se deberán retirar los tickets en la taquilla del Aula Magna.

Como requisito indispensable se requieren conocimientos básicos de música y del instrumento a ejecutar.

**Trayectoria grupal**  
La Estudiantina Universitaria es un grupo musical adscrito a la Dirección de Cultura de la Universidad Central de Venezuela. Su trabajo está dirigido a la interpretación y difusión de la música popular venezolana en todas sus expresiones, la

Ensayos: en el Complejo Aula Magna, Martes y Jueves entre 7:30 y 9:30 p.m. y los sábados entre 4:00 y 7:00 p.m.  
Información: Piso 10 del Edificio de la Biblioteca Central, departamento de Música.  
Teléfono: +58(212) 605.45.32

**Intertítulo**

Los textos de las informaciones: todos en Helvética, a 10 pts., en altas y bajas, con un sangrado de 5mm, eliminadas las huérfanas y las viudas (Canga, 1994). El interlineado a 10 pts. que permite una legibilidad cómoda de los textos.

**Concierto de La Orquesta Universitaria en El Jardín Botánico**

Con la Dirección del Director Gerardo Gerulewicz, el sábado 23 de octubre de 2010, las 5:00 p.m., en el Auditorio del Jardín Botánico, se llevará a cabo el concierto de la Orquesta Universitaria de la UCV.

El programa contará con la interpretación de piezas como: Marcha Universitaria, de José María Montero; la Suite Orquestal No.2 - Rondeau- Sarabande- Bourrée - Polonaise. Double- Menuet- Badinerie, de Juan Sebastián Bach; Sinfonía Concertada\*1 Allegro animado - Adagio Allegro animadoII - Minuetto - Allegro con briollI - Final - Allegro - Prestissimo, de José Lorenzo Montero.

Entrada libre, ingreso por Plaza Venezuela-UCV, estacionamiento en el jardín botánico.

Ensayos los martes y jueves, de 12:30 a 2:30 p.m.  
En Sótano del Aula magna  
Requisitos: Nivel musical básico e instrumento propio.

La Orquesta Universitaria es una iniciativa de la Escuela de Artes y la Dirección de Cultura de la UCV. Brinda un espacio para la práctica orquestal entre los estudiantes

Puedes inscribirte como materia electiva a través del PCI o libremente.

Mayor información por: gerulewicz@hotmail.com  
Facebook: Orquesta UCV

**Textos**

Crédito y dirección electrónica del periodista o colaborador: ubicado luego del sumario nunca debe faltar, si el autor repite en otra información dentro de la misma página, pueden colocarse solo sus iniciales, en Helvética a 10 pts.

Octubre 2011

**TIERRA DE NADIE ...tierra de:**

**Narrativa**

**Eternidad**  
Por Venus Canas  
v.canas@hotmail.com

Arturo se dirigió al cementerio y se detuvo en el mismo sitio en el que lo había hecho durante los últimos setenta y cinco años.

de su mirada entre la gente, leí sus labios y comprendí de inmediato que finalmente ella, había regresado. Era joven y hermosa, como otrora en otro cuerpo lo había sido.

Sin notar rasciér el neon

**Crédito y dirección electrónica**

Créditos del fotógrafo: este va debajo de la foto, en Helvética, a 9 pts.

Leyenda de la foto: este elemento puede situarse debajo de la foto, en Helvética, a 9 pts.



La actual sede de la Escuela fue la acción liderada por un grupo de estudiantes de la Escuela, quienes decidieron en 1966, tomar las clausuradas residencias estudiantiles. Foto de <http://escuov.blogspot.com>

Créditos del fotógrafo

Leyenda de la foto

Ventanas: Se ubican entre dos columnas para eliminar la sensación de pesadez que producen dos columnas de textos juntas. Se debe reservar un espacio alrededor al final de la frase resaltada y no se coloca punto. Va en tipo de fuente Helvetica57Condensed, a 16 pts.

El mausoleo que le brindaba sombra al banco, donde él se había, mostraba el implacable paso del tiempo y exposición al clima tropical.

La atmósfera de todo el lugar estaba cargada con un penetrante olor a flores y pétalos multicolor yacían por doquier, cubriendo el acrático con lo que parecía una atmósfera natural.

La gente subía pesadamente por las calles del cementerio, utas con lágrimas en los ojos que mostraban dolor reciente, otras con mirada resignada, pero no menos tristes; algunas iban en grupo, chillando entre la multitud de visitantes. La sirena se repetía cada año, al ritmo que aumentaba la cantidad de gente que visitaba el lugar. Empero, aquel mausoleo donde cada año se sentaba Arturo a esperar que ella regresara. Sólo era visitado por él, sólo él era el doliente del ocupante.

De pronto, paradas algunas horas de espera, Arturo se puso de pie y dirigió su mirada a un rostro específico entre la multitud, pronunció su nombre sin sentir sentido alguno. Ya yo me encontraba de pie y bataba de seguir la dirección

El cuerpo y grito desgarradores que endulzaban mis oídos y me regalaban el largo escalofrío que puede gozar un ser humano. Tanto agua de Eva y mi sed no se acababa, tanto pecado impune y mi demonios no estaban satisfechos. Necesitaba saborear la miseria, escarame con el hedor de una vida olvidada, sentir la hura de la pobreza y la desidia.

Ya la había visto durmiendo entre cartones y co-miendo lo que el italiano echaba a la basura. Tenía el cabello negro, muy largo y enmarañado, sucio, lleno de tierra y sujeto con una trenza de zapalitos.

Usaba una camisa improvisada hecha con un mantel suertado, igual a los que oían brian las mesas del bar una falda de bolsa negra amar-

Desenas de cuerpos temblando entre mis brazos, li-bros de sudor trapejados por sus pies y probados por mis labios. Mis los separados por el fuerte torrente de adre-nalina que...  
Mi corazón se aceleró y mi boca se humedeció como la de un vampiro al percibir el olor de la sangre. Me adentré en el oscuro y maloliente pasillo, zangé la mano derecha de mi entre pierna y tomé de mibolón el pañuelo impregnado con...  
Aunque el pañuelo cubrido solamente a su rostro, sin llegar a tocarla para que no despertara, y luego de unos segundos comprobé que ya había quedado inconsciente. La idea de ver su estrofa mañana siguiente y que ella no recordase el menor contacto de nuestras poses, me volvió loco. Bajé mis pantalones y miré el interior de mi bolsillo, pulso y me lancé sobre ella, descubí sus senos mugrientos y recibí con mi lengua cada milcha del cuerpo hasta llegar a su sexo. Abrí sus piernas con fuerza y empuje en ella con el ímpetu de mi primera vez. Hice mió cada centímetro de piel masculinizado por el haberle, cada aliento por el rechazo y la violencia. Su cuerpo...  
Por un crítico segundos fui dentro de mi una imploración en donde se mezclaban placer y...  
De...  
pe...

Ventanas

### 8.8.7 Recursos tipográficos

El empleo de recursos tipográficos permite realzar y definir una composición gráfica. Cuando se utilizan estos recursos se hace con la idea de que cumplan determinada función en la presentación de las informaciones que se plasman en la publicación. Por ello, no deben tomarse como elementos puramente de adorno, porque pueden distraer y distorsionar el mensaje que realmente desea transmitirse. Esto lo confirma Jesús Canga (1994) cuando señala que debe eliminarse lo que distraiga o confunda al lector, evitando el abuso en el empleo de tales recursos o la desproporción entre éstos.

Los recursos tipográficos en el periódico Tierra de Nadie cumplen como principal función la de separar o delimitar las informaciones, señalar la presencia de los breves, dar tensión a un área, entre otros, tal como se menciona a continuación:

**Líneas horizontales:** se trazan sobre las notas ubicadas en la parte inferior de la página, para separarla de la anterior o superior a ella. Su grosor es de 1 pts. Y son negras al 100%. Pueden recorrer las cuatro o cinco columnas a lo largo de la página.

**Líneas horizontales punteadas:** también empleadas para separar notas contiguas, puede ser de un grosor de 1 pto.

En el caso de la línea horizontal con la que se acompaña la foliatura, esta tendrá un grosor de 1 pto., extendida a lo largo de las 5 col. Y con un color que variará según la sección.

**Líneas verticales:** si bien los corondeles del periódico Tierra de Nadie son ciegos, cuando hay dos notas contiguas se separan por medio de estas líneas verticales a 1 pto., negro al 100%, su altura dependerá de los módulos que ocupen las informaciones.

Líneas verticales punteadas: Pueden emplearse para separar dos notas contiguas a un 1 pto. y en despieces puede llegar a 2 pts. El color es negro 100%.

**Foro "Hablan Los Estudiantes"**

En el marco de la III Feria del Estudiante de Servicio Comunitario, que se realizará en la UCV del 14 al 18 de noviembre se tiene previsto desarrollar un Foro denominado "Hablan los estudiantes" en el cual se espera que cada Facultad seleccione un grupo de estudiantes que pueda presentar su vivencia en el proceso de la prestación del servicio, con sus ventajas y problemas.



Con información del Prof. Elias Fernández, Coordinador del Servicio Comunitario de la ECS-UCV

**II Concurso de Fotografía Digital - Instantáneas del Servicio Comunitario Ucv**

El II Concurso de Fotografía Digital - Instantáneas, organizado por la Comisión Central de SC-UCV, para los estudiantes que hayan realizado, o estén realizando, su práctica comunitaria, le dará lugar en la semana del 14 al 18 de noviembre próximo.

La nominación se hará en

Líneas verticales y horizontales

**PROSURF**  
Fundación ProSurf Venezuela



Archivo




*No dejes de compartir tus reflexiones sobre tu experiencia de Servicio Comunitario a través de este Mensaje.*

Algunas imágenes de: Cuchibá & Sívora & Compañía s.r.l. de Fotografía y Fotoarte



### La fiebre del beisbol en Venezuela

**La Liga de Beisbol Venezolana presenta temporada 2011-2012**

La Liga Venezolana de Beisbol Profesional (LVBP) presentó oficialmente el 5 de octubre la temporada 2011-2012 Copa Alfredo Guadragnani.

El evento, que fue realizado en las instalaciones del Hotel Meliá Caracas, estuvo encabezado por José Grasso Viechó, presidente de la LVBP, Rafael Chavero, vicepresidente de la Liga y representantes de los ocho equipos participantes.

**53 años de beisbol**

Se puede hablar de 53 años de Historia de nuestro Beisbol Profesional Venezolano, pues se conoce como el año de inicio el de 1945, con los equipos Vargas, el Venezuela de Yarencito, Magallanes y la Cerventería Caracas.

La etapa profesional del beisbol en Venezuela se comienza a tejer a partir del 27 de diciembre de 1945 cuando reunidos en el centro de Caracas, cuatro hombres subieron a los altós del cine Capitol, ellos eran: Juan Antonio Yáñez, Carlos Lavatid, Luis Pimentel y Juan Rieggers. Allí comenzaron a plantearse los beneficios y contratiempos de la formación de la Liga de Beisbol Profesional de Venezuela.

**Rumbo a la Serie en República Dominicana**

Epifanio Grasso Viechó que el calendario de competencia arrancará el 12 de octubre e incluirá 83 partidos en ronda regular. La portemporada iniciará el lunes 2 de enero de 2012 y la final el día 23. El equipo campeón representará a Venezuela en la Serie del Caribe, que se celebrará en Santo Domingo, República Dominicana del 2 al 7 de febrero de 2012.

**Estos son los equipos que se enfrentan en esta temporada:**

- LEONES DEL CARACAS** 18 Titulos: En las temporadas: 1952-1953, 1955-1957, 1991-1992, 1993-1994, 1995-1997, 1972-1973, 1977-1978, 1979-1980, 1990-1991, 1991-1992, 1995-1997, 1997-1998, 1999-2000, 1984-1985, 2005-2006 y 2009-2010. 2 Series del Caribe: En 1982 se jugaron en México y en el 2008 ganaron la serie disputada en Venezuela.
- CARDENALES DE LA RIA** 1 Titulo: Laraña conquistó cuatro temporadas en las temporadas: 1990-1991, 1997-1998, 1999-2000 y 2000-2001.
- NAVEGANTES DEL MAGALLANES** 10 Titulos: En las temporadas: 1948-1950, 1953-1955, 1956-1958, 1996-1997, 1976-1978, 1993-1994, 1995-1998, 1996-1997 y 2001-2002. 2 Series del Caribe: En 1970 se jugaron en Caracas y en 1978 en San Juan.
- AGUILAS DEL ZULIA** 5 Titulos: En las temporadas: 1989-1990, 1994, 1996-1999, 1991-1992, 1993-1995 y 1999-2000. 2 Series del Caribe: En 1994 en Puerto Rico y en 1998 en México Mecafán.
- BRAVOS DE MARGARITA** 1 Inconclusión en la expansión de la temporada: 1991-1992 con el nombre de Patroteros de Caimán.
- TIBURONES DE LA GUARA** 7 Titulos: En las temporadas: 1984-1985, 1985-1986, 1989-1990, 1973-1974, 1971-1982, 1983-1984, 1985 y 1985-1986.
- TIGRES DE ARAGUA** 9 Titulos: En las temporadas: 1971-1972, 1974-1975, 1975-1976, 2003-2004 y 2004-2005, 2005-2006, 2006-2007, 2007-2008, 2008-2009.
- DIABLOS DE ORIENTE** Solo han disputado una final en la temporada 2003-2004, sin obtener el título.

Para más información de la LVBP y del diario El Universal. **Síguenos en twitter:** @ldmes y en Facebook: **Tiempos de Nido UCV**

Líneas punteadas verticales y horizontales

Fondos: son empleados para destacar las notas de apoyo o despieces, separar notas seguidas. El tono de su color puede ser 10%, 30%, 40%, 50% hasta el 100%, según el trabajo de color que se le quiera imprimir al diseño de la página. Generalmente el color de fondo a 100% se usa en la página de deportes, para darle intensidad y colorido, para hacerla una página vivaz.

En el caso de los fondos aplicados en las secciones, estos son colores al 100%, tanto en la portada como en cada una de las páginas donde estas se desarrollan.



Fondo de la sección

Fondo aplicado en despieces y notas breves

Silueta: se usan para aporta tensión a la página, sin que esto interrumpa la continuidad de lectura del texto, no distorsione el diseño general, ni se exagere de este recurso, ni en su cantidad, ni en su tamaño. El empleo de la silueta debe estar justificado en la composición. En el periódico Tierra de Nadie se pueden emplear en cualquiera de las secciones de la publicación, otorgándole mayor preferencia a las secciones de salud, tecnología, deportes, música.

## YOGA: Terapia Autocurativa

Por sus múltiples beneficios el Yoga se ha popularizado en el mundo entero. Es la disciplina psico-física más antigua que se conoce y aún tiene vigencia. Respirar correctamente, que darse en sencillas posturas y relajarse contrasta los efectos del estrés y otorga vitalidad y flexibilidad.

Por Huiacar Castillo.

Mantener el organismo en buen estado exige llevar un estilo de vida saludable. Cuando las responsabilidades y las exigencias de agendas complicadas someten al ser humano del mundo moderno a niveles muy altos de estrés que lo obligan a buscar alternativas que permitan canalizar el estrés con métodos más acordes a los mecanismos del cuerpo.

Por eso el Yoga se ha hecho cada vez más popular

entre la gente que busca mejoras en sus vidas. ¿Quién no quisiera relajarse y librarse de la tensión?

José Casado Sierra, experto en nutrición, salud e higiene natural del Instituto Americano Life Science, indica que "la salud y la felicidad son estados inherentes al ser humano y dependen de uno mismo". Pero como consecuencia de la adopción de hábitos no naturales, la vida cotidiana se ha transformado en un estado de tensión casi permanente.

Sin embargo, la ciencia y la tecnología han permitido demostrar

el poder curativo de respirar, relajarse, estirarse y meditar. Todas acciones que se realizan en el Yoga. Actualmente muchos artistas, cantantes, atletas, políticos y científicos se reco-

nocen públicamente, como beneficiados de esta disciplina al ayudarnos ante los embates de vidas tan agitados.

El Yoga, además de abarcar la práctica física es también una filosofía y una técnica para una vida más sana, desarrollada en la India hace unos 4.500 años. La palabra Yoga viene del término sanscrito "Yug" que se refiere a la identificación del ser humano con su nivel más alto de relajación física, mental y espiritual.

Joel Sandoval, instructor internacional de Yoga, afirma

que "la noche siguiente a una sesión de Yoga los practicantes disfrutan de un sueño profundo y despiertan más descontentados porque bajan drásticamente sus niveles de estrés. Razón

por la cual un elevado número de principiantes regresa a una segunda clase". Se ha demostrado que realizar las posturas de Yoga libera endorfina, anfetilina y oxitocina, todas sustancias químicas naturales relacionadas con la percepción y emisión del amor.

Son muchas las personas que se interesan por el Yoga sobre el apoyo que han obtenido con la práctica del Yoga para lograr cambios radicales de, cómo dejar de beber, de fumar, de consumir drogas y hasta de huir o de apostar. Esto, porque hacer Yoga ayuda a controlar la ansiedad, que es de donde se origina toda adicción psicológica.

Los maestros de esta disciplina milenaria afirman que "la medicina trata la enfermedad, el Yoga cura la razón por la que

nos enfermamos". ¿Cuanto tiempo y dinero podrían ahorrarnos en gastos de salud sólo por respirar usando todo el pulmón, estirando el cuerpo y aquietando la mente?



Silueta

Capitulares: puede emplearse para indicar el inicio del texto, cuando no hay introducción, se ubica en fuente Helvética, abarcando tres líneas y a negro 100%. Aunque en esta propuesta no se presenta, en próximos números podría aplicarse a la sección de Literatura, entrevistas y reportajes y en el editorial.

Símbolos: en el periódico Tierra de Nadie están permitidos todos los símbolos que sean pertinentes según la composición. Pueden emplearse por ejemplo Check mark, cuadratín, triangulito hacia la derecha o hacia abajo, todos a tamaño 16 pts. y en color negro al 100%.

Viñetas: sirven para hacer un llamado de atención, por ejemplo pueden emplearse en los despieces o notas informativas con numeraciones.

La actual sede de la Escuela fue la acción liderada por un grupo de estudiantes de la Escuela, quienes decidieron en 1966, tomar la clausura residencial estudiantil. Foto de <http://fotos.uv.blogspot.com>

**Los Directores de la ECS-UCV**

Héctor Mújica (1909-1964)	Héctor Mújica (1909-1970)	Federico Álvarez (1975)	Eleazar Díaz Rangel (1964-1987)
Joaquín Gabaldón Márquez (1964-1965)	Mercedes Llovera de Tinoco (1971)	Pedro Espinoza Troconis (1975)	Marcelino Belsal (1967-1990)
Luis Anibal Gómez (1966-1969)	Manuel Isidro Molina (1972-1975)	Juan Pérez Ávila (1981-1984)	Federico Santana (1980-1991)
			Enrique Castejón (1996-1999)

Viñetas

### 8.8.8 Paleta de colores

El uso del color en las publicaciones impresas se ha visto enriquecido por el uso del color en medios como la televisión y el cine. Es innegable la vitalidad que le otorga a las páginas impresas. Y en el caso de una publicación dirigida a los jóvenes, cobra vital importancia. Sobre el color Gyorgy Kepes (1976) expuso que los pigmentos transmiten esas sensaciones de luz y color, a través del brillo, el matiz y la saturación; y cuando el color y la luz delimitan las superficies y sus formas, pasan a conformar el lenguaje de la visión para finalmente producir esa atracción óptica.

Así mismo, el cromatismo pone sobre la mesa su aporte hacia la predisposición psicológica, en la producción de recuerdos, evocación de sensaciones, referencia a ideas políticas, religiosas, comerciales, etc. (Lallana citado por Canga, 1994). De este modo, la diagramación de cualquier publicación se enriquece con las ilustraciones y la fotografía para constituirse en un elemento de relevancia en la apariencia de los periódicos en la actualidad.

Según Mario García, el uso del color debe seguir una serie de parámetros que permitan su uso correcto, de manera de sacarle el mayor provecho. Entre estos lineamientos se encuentra:

1.- El color guía los ojos del lector desde la parte de arriba hasta la de abajo. Por ello, se recomienda tomar un color y organizar la página alrededor del mismo. Caso contrario sucede si se mezclan muchos colores puede provocar desorientación.

2.- Los lectores de periódicos y revistas prefieren el color, a solo el blanco y negro.

3.- Las tintas de color sobre el texto hacen que la información resalte y sea más prominente.

4.- El tamaño y ubicación de las fotografías en cuanto al color, tiene mucha más valoración que el blanco y el negro.

Luego de estas consideraciones es importante señalar que el contar con una paleta de colores, sus variaciones y degradaciones, permitirá conformar la personalidad gráfica del periódico. Y debe tomarse en cuenta en la composición lo presentado por Canga (1994), donde explica que el color en los periódicos se utiliza en tres modalidades de impresión: color plano, tricromía, un único color. En el caso de la tricromía esta consiste en los tres colores primarios substractivos, magenta,

cyan, y amarillo; o la cuatricromía, una tricromía a la que se le agrega el negro para el texto y acentuar el contraste con las imágenes.

El color en el periódico Tierra de Nadie solo se emplea en las líneas y los fondos, pero está presente en las fotografías que son presentadas a todo color. Las combinaciones de colores se basan en el contraste y armonía de los 10 colores presentes en las secciones, en concordancia con el contraste y armonía existente entre el naranja y el verde del logotipo. La paleta de colores está caracterizada por colores brillantes y vibrantes como debe ser la juventud misma que leerá la publicación. Y está conformada por los siguientes tonos:

Azul cielo	20%	30%	60%	#009ee0
Azul intenso	20%	30%	50%	#004a98
Violeta	30%	40%	50%	#67346a
Naranja	20%	30%	50%	#ee811b
Escarlata	20%	30%	50%	#e5341b
Granate	30%	40%	50%	#ae2221
Amarillo	20%	30%	50%	#ffed00
Verde	20%	30%	50%	#8cad0d
Fucsia	20%	30%	50%	#e2007a
Negro	20%	30%	50%	#000000

### 8.8.9 Recursos gráfico, fotos e infografías

Los recursos más fuertes del periódico Tierra de Nadie deben ser sus fotos, ilustraciones e infografías. A través de estos recursos se demostrará la fuerza, claridad y vitalidad de la publicación. Como los estudiantes de la ECS de la UCV, cursan

asignaturas sobre fotografía, diseño e infografía, pueden aprovecharse los conocimientos que se vayan adquiriendo en estas áreas por los alumnos, para enriquecer la publicación. Así mismo, plasmar la creatividad y habilidad artística que los alumnos pongan a disposición del periódico, para darle un carácter único y distinguible a las informaciones presentadas.

**Fotos:** Sobre el importante papel que tiene la fotografía en la actualidad en los medios impresos, Michael Gafre (1998) indica que la foto debe agregar sentido a la información, brindar emoción, contribuir con la identidad del periódico, provocar un impacto visual en el lector, que lo sorprenda le abra el apetito hacia el texto y le dé ganas de leer.

La foto es entonces, según lo afirma Jiri Macku en su libro *La fotografía – vehículo de la información periodística* (citado por Elsy Torres, 2002), una imagen que transmite información, a través de, su forma y volumen, sus colores, su aspecto exterior, su ubicación en el espacio, las condiciones luminosas y muchas otras cosas)

A las fotos que se agreguen a la publicación se le podrá someter a los diferentes procedimientos de la edición gráfica de imágenes, tales como: El retoque o digitalización, para mejorar deficiencias, eliminar fondos y secciones por medio de procedimientos técnicos a través de programas de computación; la edición o corte, con la cual se eliminan partes innecesarias, espacios sobrantes, para destacar un aspecto importante de la foto; colocación de elementos de apoyo, como las denominadas leyendas, que son textos que acompañan a la foto, la explican y complementan. (Arnold, 1989)

Además, la ampliación o reducción de las fotos, se podrá realizar siguiendo el procedimiento que señala Orozco (1995, P. 77): 1° Encuadrar, precisar el área de la gráfica que se va a utilizar; 2° trazar una línea diagonal en el respaldo de la original; 3° Medir el ancho del espacio en donde se ubicará la gráfica; 4° Coincidir esta

medida con la diagonal, en paralelo con las líneas horizontales de la gráfica. La altura final de la gráfica será la distancia entre la base de la foto y el punto de encuentro de la diagonal con la medida.



**Infografías:** A pesar de no estar presentes en esta dedición, se señala que puede ser usado este recurso, ya que basados en el criterio de Raymond Colle (1998) constituye un importante aporte en la comunicación de informaciones en la prensa escrita, convirtiendo números, hechos, palabras, en una presentación que permite al lector ver los hechos en lugar de leerlos.

Las infografías serán realizadas por los estudiantes, con la guía claro está de los profesores expertos en la materia. Y pueden estar presentes en su etapa inicial en forma de gráficos (tortas, barras, etc.) para realizar comparaciones; mapas, para ubicar los hechos; tablas, con datos descriptivos. (Leturia, 1998)

### **8.8.10 Publicidad**

Según lo señala Elsy Torres (2002) la publicidad en las publicaciones de formato tabloide son más vistosas, llaman muchísimo más la atención, y no se pierden entre sí, como suele ocurrir en el formato “sábana”. Sobre la disposición de la publicidad, Rosalinda Cabrera (1989) esta sugiere que la publicidad debe estar dispuesta de forma modular, equilibrada y armónicamente ubicada, por medio de bloques verticales y horizontales.

La publicidad como se mencionó anteriormente viene representada por varias modalidades. En el caso de los avisos clasificados, ocupará una columna por aviso, con texto en fuente Helvética, a 10 pts. con la identificación del rubro (Se vende, Se alquila, eventos y talleres, empleos y pasantías) con texto en Helvética, en altas, a 10 pts. sobre fondo negro y letras blancas.

La otra modalidad son avisos publicitarios constituidos por una imagen, ubicada en módulos que pueden abarcar desde 1 col. hasta las 5 columnas, según sea el caso. Estos avisos podrán ser ubicados en la misma sección de los clasificados. Los módulos de los avisos pueden señalarse de la siguiente manera 1col x 4 cm (un solo módulo); 2 col x 8 cm (2 partes de ancho por una de alto).

A pesar de que el periódico está abierto a la colocación de publicidad, esta no debe influir en la línea editorial de la publicación, ya que la idea de permitir hacer publicidad a través del periódico se observa como una manera de auto sustentabilidad del la publicación.

<p><b>SE VENDE</b></p> <p>Se vende por poco uso Cámara Réflex 35 mm, Nikon FM10, lente 35-70, abertura 3,5-4,8. Precio: BsF.1300 Contacto: 0416-6110776</p>	<p>El Paraiso, Caracas, Alquiler habitación, 2 damas, closets, baño, cocina. Información por el telefono: 4142508797</p>	<p>mas, Internet, limpieza virus. goldsimm@hotmail.com Teléfono: 02123621383.</p>	<p>ción Social, en Boston, para el 27,28, y 29 de octubre.</p>	<p><b>CLASIFICADOS</b></p> <p><b>Avisos clasificados</b></p>
<p><b>EMPLEO Y PASANTÍAS</b></p> <p>Se solicita pasante para trabajar en producción de programa de variedades, en la emisora YVKE Mundial. Comunicarse con Armando Rodríguez por el teléfono: 0414-2373912</p>	<p><b>SERVICIOS</b></p> <p>Alquiler de Video Beam y laptop, control remoto, lee dvd, cd, y pendrive, cornetas de 5.1. Garantía, seriedad y puntualidad. Telef: 0426-9155099 y 0212-8874088.</p>	<p><b>EVENTOS Y TALLERES</b></p> <p>Taller Iberoamericano de Periodismo Científico, en Caracas los días 17 y 18 de noviembre, en la Universidad Católica Andrés Bello.</p>	<p>Feria de Tecnología de la Información, Telecomunicaciones y Gobierno Electrónico "Internet Caracas 2011, los días 20, 21 y 22 de Octubre, en la Plaza Cubierta del Rectorado de la UCV.</p>	<p><b>PUBLICA TU AVISO AQUÍ</b></p>
<p><b>SE ALQUILA</b></p> <p>Los Dos Caminos, Caracas, habitación en alquiler, cerca del metro y Milenium. Información:04123937164.</p>	<p>Computación, Servicios técnico a domicilio. PC y MAC, instalación redes, programa...</p>	<p>Caracas Filminuto 4ta. Edición. 16 de Febrero de 2012. www.uvcaracasfilminuto.com.ve</p> <p>XIX Congreso Latinoamericano de Estudiantes de Comunica...</p>	 <p>ISOLATE 100% WHEY PROTEIN</p>	 <p>Habla raspa y gana</p>
				<p><b>Publicidad ubicada en módulos</b></p>

### 8.8.11 Páginas tipo

El periódico Tierra de Nadie presenta particularidades en el diseño de cada una de sus páginas, las cuales como anteriormente se expuso, están integradas en una maquetación flexible, que permite cambios en la distribución de los elementos informativos. La presentación de cada una de las páginas tipo permitirá tener una idea de las distribuciones que pueden hacerse en cada una de las secciones, sirviendo de guía a los estudiantes que se dedicarán a la tarea de diagramado del periódico.

### 8.8.12 Portada

La portada presenta el logotipo, el titular principal, una foto que constituye el Centro de Impacto Visual, y en la parte inferior un llamado a cada una de las secciones que se desarrollaran en el interior.



## 8.8.13 Contraportada

En la contraportada de Tierra de Nadie se ubicó la sección deportiva, una de las secciones más solicitada por la comunidad estudiantil universitaria y que más lectores atrae, por lo cual se destinó esta sección aquí. Está conformada como el resto de las secciones por la foliatura en la parte superior. Debajo una línea de color amarillo, que coincide con el color correspondiente a la sección. Está presente el recuadro a color amarillo, que resulta ser un fondo sobre el cual se coloca el nombre de la sección. Además la página contiene dos notas informativas y un despiece con las actividades deportivas de la universidad.

12
TIERRA DE NADIE ...tierra de todos
Octubre 2011

---

**DEPORTES**

### La UCV presente en Guadalajara

Cuatro Ucevalltas dejaron su huella en los Juegos Panamericanos de Guadalajara 2011

Venezuela envió 353 deportistas a los Juegos Panamericanos de Guadalajara 2011, la representación más numerosa en la historia de las participaciones del país, según declaraciones del Ministro de Deportes, Héctor Rodríguez.

En entrevista con representantes de la Dirección de Deportes de la UCV, Francisco Dos Santos, José Evergo, y José Fernández Freilax, se pudo conocer que entre este grupo de atletas, la UCV tuvo su representación en cuatro estudiantes. Julio Brito, participó en la



Los Juegos Panamericanos consisten en los atletas que provienen de los países de las Américas en un festival de deportes y amistad internacional.

El Comité Olímpico Venezolano es el representante de los Juegos Panamericanos Guadalupeños 2011, una octava posición para Venezuela. 72 medallas, entre ellas 12 medallas de oro.

**El deporte en la UCV**

Algunas de las disciplinas que puedes practicar en la UCV y dónde preguntar:

**Natación**  
En el Est. Dirección de Deportes

**Tenís De Campo**  
En el Estadio Olímpico

**Voleibol**  
En el Gimnasio Cubierto

**Tae Kwon Do**  
En el Estadio Olímpico

**Submarinismo: Curso Apnea y Curso Buco**  
En el Est. Dirección de Deportes

**Golf**  
En el Campo Sierra Maestra.

Mayor información en: <http://www.deportes.ucv.ve>

### La fiebre del beisbol en Venezuela

**La Liga de Beisbol Venezolana presenta temporada 2011-2012**

La Liga Venezolana de Beisbol Profesional (LVBP) presentó oficialmente el 9 de octubre la temporada 2011-2012. Copa Alfredo Guadamuz.

El evento, que fue realizado en las instalaciones del Hotel María Caracas, estuvo encabezado por José Grasso Vecchro, presidente de la LVBP, Rafael Chaves, vicepresidente de la Liga y representantes de los ocho equipos participantes.

**53 años de beisbol**

Se puede hablar de 53 años de Historia de nuestro Beisbol Profesional Venezolano, pues se conoce como el año de inicio el de 1948 con los equipos Vargas, el Venezuela de Yareño, Magallanes y la Convención Caracas.

La etapa profesional del beisbol en Venezuela se comienza a bajar a partir del 27 de diciembre de 1948 cuando reunidos en el centro de Caracas, cuatro hombres subieron a los altós del cine Capitol, ellos eran: Juan Antonio Yáñez, Carlos Lavand, Luis Pimental y Juan Reggati. Allí comenzaron a plantearse los beneficios y contempáneos de la formación de la Liga de Beisbol Profesional de Venezuela.

**Rumbo a la Serie en República Dominicana**

Explicó Grasso Vecchro que el calendario de competencia amaneció el 12 de octubre e incluyó 60 partidos en ronda regular. La postemporada iniciará el lunes 2 de enero de 2012 y la final el día 23.

El equipo campeón representará a Venezuela en la Serie del Caribe, que se celebrará en Santo Domingo, República Dominicana del 2 al 7 de febrero de 2012.

Estos son los equipos que se enfrentan en esta temporada:

**LEONES DEL CARACAS**  
18 Titulos:  
En las temporadas: 1952-1953, 1954-1957, 1961-1962, 1963-1964, 1965-1967, 1972-1973, 1977-1978, 1979-1980, 1980-1981, 1981-1982, 1986-1987, 1987-1988, 1989-1990, 1994-1995, 2005-2006 y 2009-2010.  
2 Series del Caribe: En 1982 se disputaron en México y en el 2006 ganaron la serie disputada en Venezuela.

**CARDENALES DE LARA**  
Titulos: Lara ha conquistado cuatro campeonatos en las temporadas: 1990-1991, 1997-1998, 1999-1999 y 2000-2001.

**NAVEGANTES DEL MAGALLANES**  
10 Titulos: En las temporadas: 1948-1950, 1950-1951, 1952-1953, 1969-1970, 1976-1977, 1978-1979, 1990-1994, 1995-1996, 1996-1997 y 2007-2002.  
2 Series del Caribe: En 1970 se disputaron en Caracas y en 1979 en San Juan.

**ÁGUILAS DEL ZULIA**  
5 Titulos: En las temporadas: 1983-1984, 1988-1989, 1991-1992, 1992-1993 y 1999-2000.  
2 Series del Caribe: En 1984 en Puerto Rico y en 1989 en México Mazatlán.

**BRAVOS DE MARGARITA**  
Incursión en la expansión de la temporada 1991-1992 con el nombre de Peñolence de Cabimas

**TIBURONES DE LA GUAIRA**  
7 Titulos: En las temporadas: 1964-1965, 1965-1966, 1966-1967, 1968-1969, 1971-1972, 1974-1975, 1976-1978, 2003-2004 y 2004-2005, 2006-2006, 2006-2007, 2007-2008, 2008-2009.

**TIGRES DE ARAGUA**  
6 Titulos: En las temporadas: 1971-1972, 1974-1975, 1976-1978, 2003-2004 y 2004-2005, 2006-2006, 2006-2007, 2007-2008, 2008-2009.

**CARIBES DE ORIENTE**  
Sólo han disputado una final en la temporada 2003-2004, sin obtener el título.

**Siguenos en twitter: @tierra y en Facebook: Tierra de Nadie UCV.**

## 8.8.14 – Páginas tipo de las Secciones

**Pág. 2:** Está integrada por un índice, los créditos de la publicación, el Editorial y Buzón del estudiante. Los elementos gráficos utilizan el color azul en sus diferentes degradaciones y el negro. Se ubica una foto como Centro de Impacto Visual para el Editorial y otra foto que complementa la sección Buzón de estudiante. Estas fotos pueden ser cambiadas por otras fotos e ilustraciones.

2
TIERRA DE NADIE ...tierra de todos
Octubre 2011

**TIERRA DE NADIE**  
...tierra de todos

Círculo semanalmente

**Índice**

Editorial	2
Buzón	2
Lo que pasa en la UCV	3
Cultura	4
Literatura	5
Reportajes y Entrevistas	6
Cine	8
Tecnología	9
Música	9
Salud	11
Clasificados	11
Deportes	12



Archivo

### EDITORIAL

Esta publicación **TIERRA DE NADIE** ...tierra de todos, regresa a las manos de sus lectores por la convicción en este proyecto, de quien escribe este editorial.

Convencidos de que los estudiantes de la Universidad Central de Venezuela requieren una publicación que trate de manera cercana los temas que les interesan, este periódico ofrecerá información de actualidad sobre los asuntos del campus y de la juventud universitaria.

**TIERRA DE NADIE** ...tierra de todos ha sido un trabajo de equipo de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social, quienes aportan las diferentes informaciones que aquí se ofrecen y que reflejan los conocimientos adquiridos durante los estudios de pregrado que se realizan en la ECS-UCV, de la mano de una comprometida planta profesional, las autoridades y el personal que labora en la Escuela.

Esta publicación se constituye entonces, en una oportunidad de oro para poner al servicio de la comunidad universitaria la visión de estos profesionales en formación.

A través de las siguientes páginas se tocarán asuntos de interés sobre las noticias de la UCV, culturales, agenda de eventos, música, literatura, salud, deportes, tecnología, un reportaje especial sobre la celebración de los 65 años de la ECS-UCV y además, los estudiantes podrán revisar los avatares clasificados de su interés, ver publicado su punto de vista en el buzón de **TIERRA DE NADIE** ...tierra de todos en las encuestas a través de nuestras redes sociales.

Por **Laury Martínez**

**Créditos**

**Fundadores:**  
Dirección de Información y Comunicación de la UCV

**Directores:**  
Maribel Dam  
Subdirector:  
Humberto Laque

**Autoridades de la ECS-UCV:**  
Director:  
Miguel Ángel Labuache  
Coordinador Académico:  
Celia Guzmán

**Mea de redacción:**  
Prof. Alejandro Tenenanti  
Thames Béjarano  
Orlando Alfonso  
Huisar Castillo  
Venza Casas  
Laury Martínez

**Diseño y Diagramación:**  
Laury Martínez

**Esta publicación es producida en la ECS-UCV.**

**email:**  
tdneca@gmail.com  
**twitter:**  
@tdneca  
**Facebook:**  
Tierra de Nadie UCV  
**Blog:**  
tierradenedie.blogspot.com

Buzón del Estudiante

Estimado lector ponte en contacto con los estudiantes que realizan esta publicación y comparte tus opiniones, preguntas, solicitudes, propuestas de nuevos temas, denuncias, problemas que te aquejen.

informa, exprésate y comunícate...



correo electrónico:  
tdneca@gmail.com

**twitter:** @tdneca

**facebook**

Tierra de Nadie UCV

**Pág. 3:** corresponde a la sección Lo que pasa en la UCV, está integrada por una nota principal y otras dos secundarias. Además, a la derecha de la página se ubica una columna para la opinión de los estudiantes. Los colores empleados es el azul es sus diferentes degradaciones y el negro como fondo del título de la columna.

Octubre 2011 TIERRA DE NADIE —tierra de todos 3

## A UN PASO DEL JARDÍN BOTÁNICO DE CARACAS

Diversidad vegetal y tranquilidad son un regalo que ofrece para los ucevistas el Jardín Botánico.

**Reflexión**  
El acceso a la Universidad Central de Venezuela por Plaza Venezuela, a un lado del arco, se encuentra la entrada al Jardín Botánico de Caracas.

Y aunque pueda pasar desapercibido por la premura de la vida cotidiana, bien puede ser refugio para estudiar, reunirse con los amigos, disfrutar el estar, calmar la mente, el tiempo y disfrutar de este importante espacio verde.

La creación del Jardín Botánico de Caracas se inició en 1945 por el Dr. Tobias Lasser, médico y botánico venezolano y se desarrolló con la valiosa labor del herbicultor suizo August Braun y el señor Pedro Naspe.

Este jardín abrió sus puertas al público en 1958 sede de la Fundación Sin Fines de Lucro Instituto Botánico de Venezuela Dr. Tobias Lasser y forma parte de la Ciudad Universitaria de Caracas, Patrimonio Cultural de La Humanidad (Unesco, 2000).

Con información de la página web de la Fundación <http://www.tbv.org.ve>

Las horas de visitas al Jardín Botánico de Caracas son de 8:30 a.m. a 4:30 p.m. de lunes a domingo.

Valor de la entrada:  
Adultos: Bs. 1.000,00  
Niños: (entre 5 y 14 años) Bs. 500,00  
Adultos de la tercera edad Bs. 500,00

Con tu aporte contribuyes con el mantenimiento del Jardín Botánico de Caracas.

En el Jardín Botánico se encuentran 70 hectáreas y más de 2000 especies de plantas de Venezuela y otras parte del mundo.



Archivo



Archivo



Archivo

### CONTROVERSIA

La doctora Jiana Pedreguez, docente investigadora de la Facultad de Medicina de la UCV en su artículo titulado "En peligro el Jardín Botánico de la UCV" denuncia el ataque ambiental que ha cometido la Junta Directiva, con la tala de los bambúes que allí se encontraban. La población universitaria alza su voz de protesta contra estas acciones. Fuente: <http://historiaindustrial.blogspot.com>

### LOS ESTUDIANTES TIENEN SU DÍA

Cada año, los 21 de noviembre, la Universidad Central de Venezuela le da un momento homenaje a sus estudiantes.

Con varias actividades culturales, almuerzo en el comedor universitario y un discurso de las autoridades universitarias, dándose la bienvenida a miles de estudiantes de esta casa de estudio, se desarrolla la semana de celebración del "Día del Estudiante".

¿Sabes por qué es este día en particular el Día del Estudiante?

El Día del Estudiante es el 21 de noviembre por Decreto de la Junta de Gobierno de 1958, para honrar a quienes participaron en las luchas contra la dictadura del General Marcos Pérez Jiménez y a la memoria de la Huelga Estudiantil de 1957.

Las iniciativas propuestas por dirigentes universitarios de la UCV unieron a todos los sectores estudiantiles de Caracas incluyendo a los de educación media.

Las luchas continúan. Y ahora en el presente, en pleno siglo XXI, los estudiantes siguen la lucha por la democracia, por los derechos humanos y por la autonomía universitaria en este país.




LO QUE PASA EN LA UCV

¿SER ESTUDIANTE DE LA UCV ES...



Es ser alegre, paciente, con ideales grandes.



Estudiar la vida, no sólo leer los pocos libros requeridos.



Observar la vida, sin comparar, aprobar ni condenar.

**Pág. 4:** corresponde a la sección Cultura, se emplea el color violeta como color principal y luego sus diferentes degradaciones. Consta de dos notas informativas y una columna a la izquierda con la Agenda Cultural, que irá cambiando en cada edición de la publicación.

4
TIERRA DE NADIE ...tierra de todos
Octubre 2011

CULTURA

## La Estudiantina Universitaria se presenta en la UCV

**La Estudiantina Universitaria ya cuenta con 52 años de trayectoria**

El sábado 22, a partir de las 6:00 p.m., la Estudiantina Universitaria ofrecerá un concierto gratuito junto a la cantante venezolana Mayra Martí, en el Aula Magna.

Este concierto servirá de marco para la celebración de la culminación de la primera etapa de la restauración del recinto de la Universidad Central de Venezuela. Para ingresar al concierto se deberán retirar los tickets en la taquilla del Aula Magna.

**Traectoria grupal**  
La Estudiantina Universitaria es un grupo musical adscrito a la Dirección de Cultura de la Universidad Central de Venezuela. Su trabajo está dirigido a la interpretación y difusión de la música popular venezolana en todas sus expresiones, la

música europea y latinoamericana.

Posee un extenso repertorio con arreglos musicales encargados especialmente para la agrupación. Tiene una importante trayectoria nacional e internacional y cuenta con el reconocimiento de la crítica especializada. En su género es la más antigua del país, y por su alto nivel es punto de referencia en lo que agrupaciones de este tipo.

Está integrada por estudiantes universitarios y de los últimos años de bachillerato, como requisito indispensable se requieren conocimientos básicos de música y del instrumento a ejecutar.

**Trayectoria en el Concierto Aula Magna, Martes y Jueves entre 7:30 y 9:30 p.m., y los sábados entre 4:00 y 7:00 p.m.**  
Información: Piso 10 del Edificio de la Biblioteca Central, departamento de Música.  
Teléfono: +58(212) 656-4532



Trae a tu familia y disfruta con nosotros



**Estudiantina Universitaria de la UCV**  
50 Aniversario  
Esta prestigiosa agrupación nos ofrece sus mejores volúmenes, arreglos y joropos.  
Dirección: Mustafá / Otaido Gómez Arismendi  
Domingo 15 de noviembre de 2009, 11 m  
Entrada Libre

**PROGRAMACIÓN NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2009**  
**SALÓN AUTOMOTRIZ SIGLO XXI**  
En: Francisco de Miranda, entre Metro Sur, Carabina y Parque Miraflores



AGENDA CULTURAL

**Presentaciones de la Coral de la Facultad de Humanidades y Educación**

Lugar: Auditorio FHE.  
Hora: 12:30 pm.  
Responsable: Profesor Roberto Ruiz Luján  
Días:  
Martes 18 de octubre  
Jueves 20 de octubre  
Martes 25 de octubre  
Jueves 27 de octubre

**POVSA La Estancia presenta:**

**Sábado 18 de octubre**  
Expo Feria Indígena  
Patio de La Trilla  
15:00AM a 5:00PM

**Onda Nueva**  
Agrupación Cuatro Esquinas  
Patio del Secado del Café  
8:00PM

**Jueves 20 de octubre**  
Exposición Jaime Castro, Video Arte Escenografía de un Mundo Fabricado  
Sala La Trilla  
7:00PM

**Sábado 20 de octubre**  
Fusión afro  
Grupo Claucoquer  
Patio de Secado del Café  
8:00PM

**Domingo 30 de octubre**  
Fusión afro  
Grupo Herencia  
Patio de Secado del Café  
4:00PM

**2da. Temporada-Espectáculo Chón Gil, del Maestro Arturo Uslar Pietri.**  
Dirección General de Roberto Romero Sabell.  
Funciones del 03 al 11 de Noviembre 2011.  
Lugar: Sala de Arte y Ensayo del T.J.L. -UCV.  
Hora: 8:00 p.m.  
Costo de la entrada: Bs. 20.  
Para mayor información:  
@TUUCV (Twitter), teabou-niversitariac2009@gmail.com (E-mail), Teatro Universitario (Facebook), Telef: 6054542

### Concierto de La Orquesta Universitaria en El Jardín Botánico

Con la Dirección del Director General Gersulwicz, el sábado 23 de octubre de 2010, las 6:00 p.m., en el Auditorio del Jardín Botánico, se llevará a cabo el concierto de la Orquesta Universitaria de la UCV.

El programa contará con la interpretación de piezas como: Marcha Universitaria, de José María Montano; la Suite Orquestal No.2 - Non-

deau- Sarsbande- Bourmèe - Polonaise. Double- Menuet- Badierie, de Juan Sebastián Bach; Sinfonía Concertada<sup>ta</sup>, Allegro animado - Adagio, Allegro animado<sup>o</sup> - Minueto - Allegro con brío<sup>o</sup> - Final - Allegro - Prestissimo, de José Lorenzo Montano.

Entrada libre, ingreso por Plaza Venezuela-UCV, estacionamiento en el jardín botánico.

**Ensayos los martes y jueves, de 12:30 a 2:30 p.m.**  
En Sótano del Aula magna  
**Requisitos:** Nivel musical básico e instrumento propio.

Puedes inscribirte como músico invitado a través del FCI o Bovermento.

La Orquesta Universitaria es una iniciativa de la Escuela de Artes y la Dirección de Cultura de la UCV. Brinda un espacio para la práctica orquestal entre los estudiantes.

Mayor información por:  
gersulwicz@hotmail.com  
Facebook: Orquesta UCV

**Pág. 5:** En esta página se destina la sección literatura, en color naranja como color principal y fondo del nombre de la sección y además se emplean las diferentes degradaciones del color. Está conformada por dos textos colaborativos y una nota breve donde se presentan los eventos literarios que se realizarán. En esta página deben incluirse fotografías o ilustraciones.

Octubre 2011
TIERRA DE NADIE...tierra de todos
5

**Narrativa**

### Eternidad

Por Venus Caldas  
vcaldas@hotmail.com

Ese año, el día de los muertos cobiambró, por lo que seguíamos haciendo un género que los anteriores. Sentado en su amplio sillón de cuero negro, me recostaba un poco al reclinarse, Arturo callaba respecto a aquella fecha, mientras otras cosas humanas se desprendían sinuosas desde su sillón. Redujo un poco más el sillón y estubo una bocanada de humo en dirección a la lámpara colgante, cuyos focos apuntaban a dos lugares estereotipados de la estancia, que permitían perdidas como espasmos pero alavez acogedora. De repente, anunciando mi intención con los suaves golpes a la puer de caoba. «Adelante Eternidad» Arturo pasadamente, sin dejar de observar las sombras color rosado que se formaban en la puntada su sillón. «Cero que este año tendrá éxito mi señor» profirió con dolo lo mismo, al tomar el cenicero y vaciarlo en la pequeña bandeja que traía en la mano. Inmediata arrojé, pues no conocía su juventud tan lista. «Si bien no tengo la quinta Eternidad» trujo el tiempo que se dibujaba una sombra recalcada en sus labios», digo me dice que este año esta vendida a mí y no es by dispues a avolver a perida. Llegado la tarde de aquella fecha esperada,

de su mirada entre la gente, lei sus labios y comprendí de inmediato que finalmente ella, había regresado. Era joven y hermosa, como otros en otro cuerpo había sido.

Si poder resistir el peso de su mirada, ella se volvió con expresión insoportable hacia él y quedó petrificada en medio de la gente. Luego, pareció que ella trataba de volver su rostro en algún recuerdo que su conciencia humana le permitía hallar. Arturo que estuvo el paraca su encuentro y unavez frente a ella, se quedó inmóvil, inmerso en su mirada. El tiempo pareció detenerse y daba la impresión de que la gente había dejado de caminar, para quedar estáticas en un espacio temporal paralelo. Luego de minutos chicos segundos, que parecían horas; de mítese, me miró, reconocí en la horizontura del tiempo que traspassa la vida mortal, existieron sus manos para entrelazar sus dedos y noté conovni ella se producía un ligero estremeamiento, que hizo que entrecerrara los ojos.

El peso sus labios, sobre los de ella con ternura y luego de acoplarse en intensos movimientos,

Arturo desizó su boca hasta el cuello de ella y con un purcante beso mortal, por los susurros, acordando así con la ferriedad agrícola en que se hab la convertida a la mortalidad de mi señor.

**Narrativa**

### Frío y Sereno

Por Orián de Alfoñza  
alfonza.ariante@gmail.com

De que el latido borbotea última bota de licor, que recliné en el cojellón que formaban los dos locales. La luz del día que se iba en la sacosa de entendí me dejó ver sus pies sudos y una sustancia de formada en el suelo. Mi corazón se aceleró y mi boca se humedeció como la de un vampiro al percibir el olor de la sangre. Me adelanté en el oscurio mal oliente pasillo, aquel llamado derecha de mí entre piernas donde me iba a dar el par de improprio con él. Acercué el par de labios cálidos a su rostro, sin llegar a tocarlo para que no desparciera, y luego de unos segundos comprendí que ya había quedado inconsciente. La idea de ver sus ojos la mañana siguiente y que ella no recordase ni el menor contacto de nuestras pieles, me volví loco. Batí mis parientes y mi respiración se volvió un volcán que me lanzó sobre ella, descubrí sus senos mugrientos y recorrí con mi lengua cada mancha de su cuerpo hasta llegar a su sexo. Abrí sus piernas con ternura y empecé a penetrar en mi primera vez. Hice mi cosa como todo el mundo me lo enseñó por el hombre, cada cicatriz, protuberancia por el rechazo y la violencia. Su cuerpo es lazo siempre frío y sereno, como si le estuviese haciendo el amor a la noche misma. Por un onírico segundo me sentí como una Impulsión en donde se mezclaban placer y náuseas. Después de un rotundo suspiro y de contemplar su rostro, me levanté, subí mis parientes y así caminé hacia la calle con la satisfacción de haber probado el sabor de la Primavera.

Un minuto después mis piernas perdieron fuerza, mi vista se nubló y volví al entender que la Primavera me había probado a mí. El latido llegaba al cojellón acompañado con seis palabras que me dejaban preocupado: «Cuando estés laborando la encontré en la noche y me quedé en la cama, pero que dormía e intenté despertarla, pero no respondí»

**Actividades en pro de la lectura**



**Lectura Dramatizada:**  
El Maestro  
Lunes 7 de octubre y 24 de octubre  
Lugar: Auditorio FHE.  
Hora: 12:30 pm.

**Artística Original**  
El jueves 20 de octubre  
En la sala audiovisual de la Galería de Arte Nacional en la Av. México entre las estaciones del metro

**Bellas Artes y Parque Carabobo.** Apartir de las 8:00 pm.

Diplomado en artes liberales  
Martes y jueves, de 5 a 7 p.m. Información en la Coordinación de Extensión de la Facultad de Humanidades y Educación.

Usaba una camiseta apropiada hecha con un mambi que me dio, igual a los que cuando le brinaba de la bar y una tibia de bota negra amarrada a la cintura con una cuerda, muy conveniente para lograr mi objetivo con rapidez. La diseñé de balde durante todo el día. Roche a noche la exclamación creca dentro mí como una corriente que surgió desde mis pies, hacia arriba mis piernas, cubriéndome mis genitales y estaba en mi estómago, convirtiéndose en miles de homajes que recorrian rápidamente el resto de mi cuerpo.

Ese martes, a las once y media de la noche, justo después de que cerrara el bar y

**Pág. 6 y 7:** son las páginas centrales del periódico y en ellas se ubican los reportajes especiales y entrevistas, que son el foco de la publicación. Está constituida por el texto, pero sobre todo de una foto como Centro de Impacto Visual. Además se integran una columna para encuestas de opinión vía redes sociales. El color empleado en esta sección es principalmente el azul rey. Sin embargo, también se presenta el negro y el gris. Puede integrarse en esta sección infografías, ilustraciones, despieces y todo recurso que complemente la información, pero sin romper la armonía de la diagramación.

6
TIERRA DE NADIE ...tierra de todos
Octubre 2011

REPORTAJES Y ENTREVISTAS
Octubre 2011
TIERRA DE NADIE ...tierra de todos
7

## La Escuela de Comunicación Social celebra sus 65 Aniversario

**La ECS de la UCV celebrará su aniversario número 65 por la COMUNICACIÓN.** Formando, Investigando, Debatiendo, Reflexionando, Participando, Conviviendo, Somos noticia

Por la Redacción

El 24 de octubre de 2011 se celebró el 65.º aniversario de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, en el Auditorio de la Facultad de Humanidades y Educación, desde las 9:00 a.m. hasta las 11:30 a.m.

Durante dos semanas, desde el lunes 24 de octubre y hasta el viernes 04 de noviembre, se desarrollaron a cabo talleres, jornadas, conferencias, presentaciones de libros, charlas, talleres, simposios, concursos, entre otros eventos que dieron lugar a esta gran celebración.

Con información del artículo "65 años de perlatismo" de la actual ECS-UCV hace por decreto en 1946 y visita sus fundaciones en 1947, su nacimiento está vinculado con el II Congreso Panamericano de Prensa celebrado en 1943 en el que se reconoció al Congreso Venezolano de Prensa, la creación de una Escuela Oficial de Periodismo.

En agosto de 1948 la Asociación Venezolana de Periodistas (AVP) realizó la solicitud ante la Junta Revolucionaria de Gobierno para su creación y luego, el 24 de octubre, por medio del decreto Nº 421, Artículo 1º se creó en la ciudad de Caracas una Escuela Nacional de Periodismo.

Ya instalada la Escuela de Periodismo en 1947, la carrera tenía una duración de dos años y el primer año de cinco materias. En la actualidad la carrera dura cinco años y el primer semestre está conformado por cinco materias y en los últimos tres semestres se aplican planes de estudio alternativos. Sin embargo en el año 2009 se inició un nuevo proceso de revisión del plan de estudios.

La actual sede de la Escuela fue la acción distribuida por un grupo de estudiantes de la Escuela, quienes decidieron en 1965, tomar las dimensiones residenciales estudiantiles. Foto de <http://archivo.blogspot.com>



### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Lunes 16 de octubre**  
Acto Inaugural  
De 8 a 11:30 a.m. / En el Auditorio 116  
De 12:00 a 12:30 p.m. / En la Biblioteca Subterránea  
Inauguración del Museo Social  
De 4:00 a 5:30 p.m. / En el Auditorio 116  
De 6:00 a 8:00 p.m. / En el Auditorio 116

**Martes 17 de octubre**  
La producción del Comunicado Sindical en el siglo XXI / De 9:30 a 10:30 a.m. / En la ECS  
Charla: "El libro: Arte y herramienta de escritura"  
De 10:30 a 12:00 p.m. / En el Auditorio 116  
Taller de Actividad  
De 2:00 a 4:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 4:00 a 7:30 p.m. / En la ECS

**Miércoles 18 de octubre**  
Día con el CAP  
De 9:00 a 10:00 a.m. / En la Biblioteca Subterránea  
Taller de Actividad  
De 10:00 a 12:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 12:00 a 13:00 p.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 13:00 a 15:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 15:00 a 17:30 p.m. / En la ECS

**Jueves 19 de octubre**  
Taller: "El libro: arte y herramienta de escritura"  
De 9:30 a 10:30 a.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 10:30 a 12:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 12:00 a 13:00 p.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 13:00 a 15:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 15:00 a 17:30 p.m. / En la ECS

**Viernes 20 de octubre**  
Taller: "El libro: arte y herramienta de escritura"  
De 9:30 a 10:30 a.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 10:30 a 12:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 12:00 a 13:00 p.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 13:00 a 15:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 15:00 a 17:30 p.m. / En la ECS

**Sábado 21 de octubre**  
Taller: "El libro: arte y herramienta de escritura"  
De 9:30 a 10:30 a.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 10:30 a 12:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 12:00 a 13:00 p.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 13:00 a 15:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 15:00 a 17:30 p.m. / En la ECS

**Domingo 22 de octubre**  
Taller: "El libro: arte y herramienta de escritura"  
De 9:30 a 10:30 a.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 10:30 a 12:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 12:00 a 13:00 p.m. / En la ECS  
Taller de Actividad  
De 13:00 a 15:00 p.m. / En la ECS  
Paseo de día "Por la Comunicación"  
De 15:00 a 17:30 p.m. / En la ECS

### Encuesta en Facebook

**Estudiar comunicación social es importante para ti porque...**

**José Antonio Gil**  
Porque es una carrera apasionante, desde cualquier ámbito de expresión.

**Juan P. Contreras D.**  
Porque la carrera va mucho más allá del mundo periodístico.

**Jessica Márquez Gaspar**  
Porque la comunicación son especialidades en el proceso social más importantes la comunicación.

**Alexander Emilio Rasso Cruz**  
Porque la sociedad manifiesta su dinamismo a través de esta profesión. Sin información vamos no somos nada, no vamos a ninguna parte.

**Giuliana Pifano Pabón**  
Es una carrera que permite proyectarse en muchos espacios comunicacionales, especialmente la radio.

**Jessica Rosalva**  
Porque toca todos los ámbitos del ser humano (cultura, religión, política, etc) el comunicador social es un individuo con amplia conocimientos sobre cualquier tema.

### El periodismo es una maravillosa escuela de vida.

**Alejo Carpentier**

### Los Directores de la ECS-UCV

Héctor Mijangos (1950-1959)	Héctor Mijangos (1959-1970)	Federico Álvarez (1970-1981)	Eleuter Díaz Rangel (1981-1987)	Guillermo López (1987-1994)	Anella Venegas (1994-2002-2003-2005-2009)
José Antonio Márquez (1959-1965)	Marcelino Llorens de Trocío (1971)	Patricio Rodríguez Trocío (1979-1981)	Marcelino Simal (1987-1994)	Adolfo Barrios (1994-1996)	Miguel Ángel Latsuche (2009-2011)
Luis Adolfo Gómez (1967-1969)	Manuel Néstor Molina (1970-1976)	Juan Pérez Añón (1981-1984)	Federico Barrios (1987-1991)	Enrique Cárdenas (1995-1998)	

**Pág. 8:** aquí se ubica la sección de cine, con informaciones sobre las producciones audiovisuales de los estudiantes y la cartelera cinematográfica actual. En la página siempre se ubicará una foto principal de gran tamaño. El color predominante es el rojo carmín al 100% y en sus diferentes degradaciones, para ser usado en diferentes elementos de la página.

8
TIERRA DE NADIE ...tierra de todos
Octubre 2011

CINE

## “Cuyagua, la cuna de la humanidad”

### Un documental dedicado a la conciencia, la ecología y las playas paradisíacas

**El documental** “Cuyagua, la cuna de la humanidad” de Rebeca Castellanos se estrenará en el Museo de Bellas Artes.

**Por Redacción**

La Fundación Cinemateca Nacional, ente adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Cultura, mostrará la belleza y realidad del pueblo de una de las zonas costeras más visitadas de Venezuela a través del documental Cuyagua, la cuna de la humanidad de Rebeca Castellanos, cuyo estreno se llevará a cabo este jueves 20 de octubre a las 7:00 pm en la Sala Cinemateca MBA.

En Cuyagua, la cuna de la humanidad, el pueblo se encuentra dividido entre proteger los recursos naturales de su territorio y solicitarles para su subsistencia. En 56 minutos el espectador podrá disfrutar de las paradisíacas playas y por supuesto conocer la situación del pueblo cuyaguense.

Rebeca Castellanos, la realizadora, afirmó que luego

de destacar el abandono que Cuyagua ha sufrido, pues está llena de basura, los robos se acentúan y la entrada y salida de autos a la villa es constante”, aseguró Castellanos.

“Es este un grupo pequeño que de esa establecer una reserva frente a la playa, han sembrado plantas, han diseñado carteles, pero se quedan en lo básico. Yo hice este documental justamente para denunciar el abandono que padece Cuyagua con respecto a la ecología. Además me gustaba que este material le sirva al pueblo como incentivo para continuar con la agricultura, su fuente de economía”, dijo la realizadora.

El objetivo principal de la autora es que el mismo pueblo, al ver el documental tome conciencia”, más allá de esto, también hace un llamado al Ministerio del Ambiente y a las instancias responsables.

Rebeca Castellanos es comunicadora Social egresada de la Universidad Central de Venezuela, tiene en su haber los cortometrajes documentales Por la Plaza y En el Jardín del Eden y por



Cuyagua,  
la cuna  
de la humanidad

jueves 20 de octubre  
Sala Cinemateca MBA  
7:00 PM

**CARTELERA**

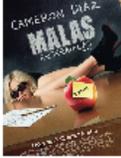




**Travesía Del Desierto**  
Un exitoso empresario, vive abrumado por la leyenda que una mujer indígena le relata en su infancia.



**Transformers 3**  
Un acontecimiento misterioso ha ocurrido en la Tierra y amenaza con provocar una guerra.



**Malas Enseñanzas**  
Una profesora mal hablada e inapropiada. En la única que piensa en casarse con un buen parásito.



**Dudamel**  
Orquestas infantiles y juveniles se inspiran en el fenómeno musical venezolano llamado: B Sistema.

236

**Pág. 9:** destinada a la sección de Música, donde la nota principal se le dedica a la difusión de los grupos musicales cuyos integrantes son los estudiantes de la UCV. Así mismo, se abre la posibilidad de colocar en esta sección, notas breves sobre algún artista o música popular entre la población joven. La columna de la derecha puede ser un despiece o bien una columna de opinión y de encuestas, con fondo al vino tinto al 10%. El color de esta sección es el negro y la fuente sobre su fondo es en color blanco. Se ubica en la parte inferior una nota secundaria, diferenciada con un fondo vino tinto al 10%.

Octubre 2011
TIERRA DE NADIE ...tierra de todos
9

## Banda VUELO VED

"Un decreto de evolución porque el vuelo es... un ascenso"

**La banda Vuelo Ved ya está preparando una producción inédita bajo el nombre VIOLETA**

Por Redacción

Esta banda está preparando un disco al cual han resuelto bautizar con el nombre VIOLETA, con un material totalmente inédito, donde manifestar su forma de expresión más rockera, también estarán presentes baladas, temas acústicos y rock and roll suave.

Además, estuvieron en alguna oportunidad asociados a la producción llamada Soma, con el mismo ingeniero y productor con el que están trabajando ahora, pero ese disco no llegó a concluirse y el grupo no presentó material.

Entre sus presentaciones en la ciudad de Caracas, realiza un concierto que realizan este año y que fue el marco de la celebración del Bicentenario de la Independencia.

Vuelo Ved es una banda de rock en español formada en Caracas, Venezuela. Según Hualacar su guitarrista, el nombre de la



Sus integrantes: Rafael Castillo, Hualacar Castillo, Isaac Season, y Eduardo Castro.

de la banda: acción, humildad, igualdad, sencillez, voluntad, participación, comprensión e tolerancia, libertad. Quieren ser una banda de rock and roll reconocida internacionalmente por su propuesta artística fresca e innovadora, así como también por su aporte constructivo a la sociedad.

Vuelo Ved quiere tocar en las tierras de mayor reconocimiento en Venezuela y en otras latitudes. Vuelo Ved se plantea el sueño hecho realidad de que su música suene en las antenas más importantes y reconocidas del país y del mundo, que los videos y comentarios de Vuelo Ved se difundan en los medios de comunicación masiva, especialmente, en los canales de televisión con mayor rating internacional.

### Músicos y estudiantes

Son cuatro estudiantes los integrantes de la banda Vuelo Ved.

**Rafael Castillo**  
Vocalista líder de la banda, guitarrista rítmico y compositor de las canciones. Tiene 21 años y estudia octavo semestre de Publicidad en la Universidad Alejandro de Humboldt.

**Hualacar Castillo**  
Guitarrista líder de la banda y compositor de las canciones. Tiene 23 años y estudia octavo semestre de Comunicación Social en la UCV.

**Isaac Season**  
Baterista de Vuelo Ved y compositor de los temas de VIOLETA. Tiene 23 años y estudia música en Ars Nova.

**Eduardo Castro**  
Bajista de la banda y compositor de las canciones. Tiene 21 años y estudia el séptimo semestre de la Escuela de Artes de la UCV.



**MUSICA**

---

**PASADO**

1. Ganadores del Festival de Bandas Moulin Rouge en el año 2008.
2. Han tocado con varias bandas y visitado muchas ciudades con su música.

**PRESENTE**

1. Está en proceso de grabación su primer álbum del estudio llamado VIOLETA.
2. Todas las canciones del disco fueron compuestas y escritas por Vuelo Ved.
3. VIOLETA está siendo producido por Vuelo Ved y Castro Eduardo Nathy.
4. El disco se está grabando en Buenavista Studio con el ingeniero de sonido y productor musical venezolano Carlos E. Nathy.
5. El arte de VIOLETA está a cargo del ilustrador venezolano Luis Moreno.
6. Rafael Castillo, Hualacar Castillo, Eduardo Castro e Isaac Season, son grandes amigos y se consideran una unidad.

**FUTURO**

1. Su álbum debut VIOLETA estará en manos del público a comienzos de 2012.
2. Con el lanzamiento de VIOLETA se realizará una gira nacional de promoción. La banda espera que VIOLETA les permita proyectarse internacionalmente.
4. Quiéren que este proyecto musical sea un medio y un canal para entretener, divertir y brindar júbilo a todas las personas que escuchan nuestra música.

www.myspace.com/vuelove  
email: vuelove@gmail.com



**Pág. 10:** en esta página se ubican dos secciones la de Acción Social en color azul cyan, y la de tecnología, en color fucsia. La sección Acción Social posee un espacio que permite colocar hasta tres notas informativas, dos de ellas, las más pequeñas con fondo al 10%. La sección Tecnología permite hasta dos notas si son breves y una si la extensión es media. Sin embargo, en el caso de ameritarse, podría cada sección abarcar cada una, su página independiente.

10 TIERRA DE NADIE ...tierra de todos Octubre 2011

---

ACCIÓN SOCIAL

Fundación Pro Surf Venezuela



El Servicio Comunitario Pro-Surf busca sembrar valores en los niños de la costa venezolana.

El fin de semana pasado estuvieron en la Tobacasa y compartieron una excelente actividad con aliados de Zona Radical y diversos niños de esta comunidad. Más de 20 chicos recibieron una inducción de surf gratuita y colaboraron en la Jornada de recolección de desechos sólidos que organizamos en la playa.

Mayor información por twitter: @fursurf y su Sitio web: <http://www.fursurf.org>



Foto de <http://www.fursurf.org>







Foro "Habían Los Estudiantes"

En el marco de la III Feria del Estudiante de Servicio Comunitario, que se realizará en la UCV del 14 al 18 de noviembre, se tiene previsto desarrollar un Foro denominado: "Habían los estudiantes" en el cual se espera que cada Facultad seleccione un grupo de estudiantes que pueda presentar su vivencia en el proceso de la prestación del servicio, con sus ventajas y problemas.



Con información del Prof. Blas Fernández Coordinador del Servicio Comunitario de la ECS-UCV

II Concurso de Fotografía Digital - Instantáneas del Servicio Comunitario Ucv

El II Concurso de Fotografía Digital - Instantáneas, organizado por la Comisión Central de SC-UCV, para los estudiantes que hayan realizado, o estén realizando, su práctica comunitaria, tendrá lugar en la semana del 14 al 18 de noviembre próximo.

La premiación se hará en el marco de la III Feria del Estudiante de Servicio Comunitario, y serán cámaras digitales.



Se otorgará un premio por categoría sobre la categoría de Servicio Comunitario a través de una Mesa. Para participar, enviar el archivo de la fotografía al correo electrónico: [sc@ucv.edu.ve](mailto:sc@ucv.edu.ve) antes del día miércoles 18 de octubre de 2011.

**"Instantáneas del Servicio"**  
El premio será otorgado en la Feria del Estudiante de Servicio Comunitario, el día 18 de noviembre de 2011.

---

TECNOLOGÍA

Tecnología para salvar el planeta

Especialistas afirman que el LED representa la cuenta revolución en lo que a generación de luz se refiere, y particularmente para Venezuela, podría resultar un verdadero alivio a la problemática energética.

Por Thameza Bejarano  
Después de las lámparas de aceite, el bombillo incandescente de Thomas Edison y las lámparas fluorescentes, los LEDs representan toda una revolución para el bolsillo y para el ambiente. Comenzaron como un sustituto para los indicadores incandescentes de los equipos electrónicos,

y hoy en día gracias a grandes avances en investigación y desarrollo, los sistemas LED ofrecen toda una gama de soluciones para iluminación de carácter residencial, comercial, de escuelas y alumbrado público. "La sustitución masiva de luminarias incandescentes por LED en el alumbrado público es, a corto plazo, parte de la solución a la crisis energética venezolana, además de proyectar al país entre los pioneros en la implementación a gran escala de esta tecnología de iluminación en el mundo" asevera el ingeniero Luis Gómez de Segura.

En el mercado, televisores de última generación que incluyen esta tecnología, lo que representa una nueva contribución al cuidado del medio ambiente, a la reducción del consumo energético y de la factura de luz. Estos equipos pueden conseguirse en las principales tiendas especializadas del país alrededor de los BsF. 20 mil, con las mismas características de avanzada de los "panela plana" de moda, pero con el agregado del uso de energía más limpia. Este tipo de tecnologías contribuyen no sólo a reducir su factura de electricidad,

sino además la permiten formar parte activa de la onda conservacionista en la que, obligatoriamente, todas las sociedades deben insertarse para contribuir al saneamiento del planeta, como parte de un compromiso personal, paralelo a las políticas nacionales y protocolos internacionales que se han ido desarrollando en materia ambiental y de ahorro energético.





### **8.8.15 Materiales requeridos para llevar a cabo el periódico**

El periódico Tierra de Nadie requerirá para su realización de un equipo humano conformado por estudiantes de la ECS-UCV y un profesor guía que oriente las diferentes actividades a realizarse en el periódico. Los estudiantes conformarán una sala de redacción, y además ejercerán funciones de fotógrafos y diagramadores, según las necesidades.

Además, se necesitará como equipo material, por lo menos de una computadora para la maquetación del periódico, una cámara fotográfica digital, un grabador para las entrevistas, papel, lápiz.

En cuanto al papel donde se imprimirá el periódico, se tiene como primera opción realizarla en papel newsprint, el cual tiene un gramaje que oscila entre los 40 y los 52 g/m<sup>2</sup>. De esta manera, el presupuesto necesario para imprimir un tiraje 15.000 ejemplares, en las rotativas del diario El Nacional, el costo corresponde a Bs.: 13.104,00. (Ver Anexo N°10)

Existe una segunda opción que es impresión en papel bond 24, que ofrece una mayor calidad de impresión; sin embargo, su costo es mayor. El presupuesto ofrecido por Style Grafic por 15.000 ejemplares, es de Bs: 42.000. (Ver Anexo N°12)

Ante los números presentados, se ha escogido la primera opción de impresión en newsprint por la confluencia de calidad y precio. No obstante, todo dependerá en gran medida del presupuesto disponible.

El financiamiento de esta publicación se hará de forma mixta, con ello se quiere decir que, podrán obtenerse los medios para su producción a través de recursos propios que la ECS-UCV destine para colaborar con la producción de este periódico, donativos de la comunidad estudiantil o de la comunidad de egresados, e ingresos por

anuncios publicitarios. Para tener una guía de las tarifas por publicidad ver Anexo N° 13 y 14.

#### **8.8.16. Administración del periódico universitario Tierra de Nadie**

El periódico Tierra de Nadie, deberá ser un periódico realizado enteramente por los estudiantes, cuya elaboración debe estar integrada a los productos periodísticos realizados en las asignaturas que se cursan en la ECS-UCV, para que cumpla su función de laboratorio de periodismo. Además, de los estudiantes, el equipo editorial debe dar espacio a un profesor que sirva de orientador de las actividades que se realicen y que revise los contenidos para que se conserve la línea editorial e identidad gráfica de la publicación. Sin embargo, no habrá responsabilidades estáticas u organigrama rígido de funcionamiento, ya que los estudiantes tendrán la oportunidad de incursionar en las diferentes etapas de producción de periódico, desarrollando de esta manera sus destrezas y habilidades.

El periódico no tiene ningún costo y su distribución estará en manos de los estudiantes. Otra modalidad la ha ofrecido el Diario El Nacional con un servicio de encarte en su periódico (tarifas en el Anexo N° 11).

#### **8.8.17. Periodicidad**

Con respecto a la periodicidad de publicación del periódico la población estudiantil solicitó en la encuesta de opinión aplicada, que fuese semanal, sin embargo, por consideraciones de presupuesto se sugiere la siguiente opción más votada en la encuesta que fue la mensual. Es de notarse que en cuanto al material informativo, este es realmente abundante, lo cual permitiría nutrir exitosamente la publicación con la periodicidad escogida.

Para finalizar la presentación de esta propuesta de rediseño solo resta señalar en primer lugar, la importancia de la utilización de un Manual de Estilo propuesto en este mismo trabajo de investigación, con la finalidad de que el equipo de trabajo que llevará adelante el periódico posea una guía en cuanto a la estructura gráfica de la publicación, la línea editorial y demás aspectos de interés, que le permitan al periódico conservar su personalidad gráfica jovial, fresca e independiente; el apego a una línea editorial que contenga informaciones sobre la UCV, y que sean de interés para la comunidad estudiantil joven de la universidad.

En segundo lugar, la presente propuesta de rediseño contempla que la publicación sea sometida cada año a un proceso de revisión de su identidad gráfica y línea editorial, con la finalidad de monitorear su aceptación por sus lectores, fortalecer los aspectos que hayan funcionado bien, y modificar otros que por el contrario, no cumplieron con los lineamientos de la publicación o perdieron el norte de los objetivos trazados. Así mismo, deberá revisarse los temas y la forma como fueron abordados en la publicación, incluso el buen funcionamiento de la dinámica de trabajo, mejoras tecnológicas que pudiesen incluirse en la producción del periódico, entre otros aspectos.

## CONCLUSIÓN

En el desarrollo de un periódico, a través del tiempo existen momentos en los cuales se considera someter a la misma a un proceso de revisión, bien sea porque se ha determinado una disminución de su lectoría, por la adquisición de nuevas tecnologías para producir el medio, o por considerar que existen ciertas debilidades en la publicación, bien sea gráficas o en su contenido. A la luz de estas consideraciones se propuso como tema de estudio de la presente investigación al periódico universitario Tierra de Nadie, por la importancia que tiene para la Escuela de Comunicación Social de la UCV, la existencia de un medio que satisfaga las necesidades informativas de la población estudiantil Ucevista. Así mismo, se tomó en cuenta la relevancia de la aplicación de los conocimientos que adquieren los estudiantes de la ECS durante los estudios de pregrado, viendo el periódico como una oportunidad para ello.

Al tomar en consideración las necesidades informativas planteadas, la observación de las características del periódico, el cese de su publicación y pérdida de lectores del periódico Tierra de Nadie, se advierte la necesidad de rediseño del periódico, y surgió la interrogante: ¿Con un proceso de rediseño, se podría hacer más atractivo el diseño gráfico y el contenido actual del periódico Tierra de Nadie? Para lograr una respuesta fue necesaria una investigación bibliográfica y recoger la opinión de diferentes expertos en el tema. Además, debieron emplearse varios capítulos, para estudiar la publicación desde su morfología y su contenido; identificar la opinión de una muestra representativa de la población Ucevista; e identificar las virtudes y fortalezas de la publicación Tierra de Nadie.

En cuanto a la pertinencia del rediseño del periódico Tierra de Nadie, de las fuentes bibliográficas, y electrónicas sobre el tema, es relevante mencionar las afirmaciones de diagramadores expertos en medios impresos, tales como, Mario

García, reconocido diagramador a nivel mundial de importantes publicaciones; Elsy Torres, Directora del Departamento de Diagramación del periódico Líder; Simón Rodríguez, diagramador de la Dirección de Información de la UCV. Así, Mario García (2002) afirma que la sobrevivencia del medio impreso radica en el empleo asertivo del rediseño; pues, puede aprovecharse para rediseñar el proceso creativo informativo, la filosofía del medio, y el contenido del periódico. Por su parte, Elsy Torres (2011), considera el rediseño importante para un periódico universitario en constante renovación, donde deben medirse las tendencias y opiniones del colectivo para decidir qué rumbo debe tener la publicación. Para Simón Rodríguez (2011), la velocidad en que vienen cambiando las nuevas tecnologías, y la forma en que se modifican los comportamientos de lectura del público del periódico, el rediseño adquiere un valor impostergable para la sobrevivencia de una publicación. Ante estas consideraciones, se fortaleció la idea de que el periódico Tierra de Nadie era un buen prospecto para realizarle un rediseño, a fin de relanzarlo como medio informativo de los estudiantes de la ECS-UCV, para los estudiantes de la UCV.

Sobre el estudio de la morfología y el contenido de la publicación se rescataron ciertas consideraciones de interés, entre las cuales se observó que, ante los cambios que se le hicieron a la publicación, la armonía no se logró; las informaciones fueron ignoradas, asumiendo cambios intempestivos; y en ocasiones el diseño interrumpió la comunicación con el lector. Además, las grandes fotografías en ciertos momentos compitieron de manera desleal con los textos; incluso la omisión de datos de la foliatura en los dos últimos números, generaron un vacío en el valor hemerográfico del periódico. Sobre el contenido de la publicación se pudo determinar que, los temas abordados fueron pertinentes a la comunidad Ucevista, pero en el N°4 los temas fueron más de interés nacional que universitarios. Un punto a resaltar es el centimetrage otorgado a las unidades informativas que fueron parte del estudio, donde se observó que a los artículos de opinión le era dado mayor espacio. En cuanto a la portada de la publicación siempre se trató de vincular con el editorial y sus páginas centrales. En referencia a los autores de los contenidos, fueron en su mayoría alumnos

de la ECS-UCV, aunque se contó con la colaboración de profesores a través del editorial o una columna.

Con respecto al instrumento aplicado a la población de la ECS-UCV, de la encuesta se obtuvieron importantes datos que ayudarían a dilucidar la situación del periódico a nivel gráfico y de contenido ante el público Ucevista. Entre estos datos se encontró que, de las 100 personas encuestadas solo 12 respondieron que en alguna oportunidad habían leído el periódico Tierra de Nadie, lo cual proporcionó un dato interesante en cuanto al poco conocimiento y posicionamiento de la publicación en la población de la ECS-UCV. Ante la pregunta si estarían de acuerdo con un nuevo diseño del periódico, todos opinaron que si estaban de acuerdo. Los elementos que mayor números de encuestados consideraron que deberían permanecer fueron, ciertos elementos de diseño aplicados en la portada, el formato, las fotografías grandes, algunas secciones. Sobre los elementos que deberían cambiar la mayoría opinó, que debería ser la diagramación y el diseño, el concepto gráfico, el abuso de los colores, la ubicación de las imágenes, y la tipografía empleada en la publicación. Con respecto a los elementos que agregarían mencionaron, mayor contenido de investigación, más información sobre la UCV, y nuevas secciones. Para el diseño solicitaron un diseño más actual, una tipografía más llamativa, más luz y color en el diseño, una mayor uniformidad en los elementos gráficos, un manual de estilo y un profesor de apoyo o guía.

Ahora bien, luego de tomar en cuenta los elementos anteriormente expuestos, surgió la propuesta plasmada en este trabajo, la cual busca producir un acercamiento a una publicación eficaz en la satisfacción de las necesidades de información de la población estudiantil Ucevista. Una propuesta en la cual los elementos (texto, imágenes y recursos tipográficos) fueron colocados en pro de la armonía, que comunicaran y apoyaran a la parte informativa de las páginas, con temas de interés para sus lectores sobre lo que pasa en la UCV. Esta nueva propuesta de diseño del periódico Tierra de Nadie, está caracterizada a grandes rasgos por un

diseño más limpio, su formato tabloide se ha conservado, así como la línea editorial orientada a la población joven que estudia en la UCV; aunque, la publicación podrá llegar a todo lector que la aprecie y desee leerla. Este diseño incluye un nuevo logotipo, ubicado de manera de que sea fácilmente identificable; se presenta una portada con una gran fotografía anclada al tema principal de la edición y a las páginas centrales, donde se encuentra el reportaje principal. La diagramación del periódico está sustentada en módulos, en una retícula flexible, tipografía de la familia Palo Seco, muy utilizada en la actualidad para modernizar la publicación. La propuesta integra una titulación sencilla, clara y directa; las informaciones son ubicadas en secciones fácilmente identificables por color, y por su ubicación en las páginas señaladas, en portada y en el índice. En cuanto al contenido, la propuesta señala la presencia de informaciones de interés sobre temas de la universidad, que contará con la participación de los estudiantes en la producción del periódico, en la redacción de los textos, fotos, diagramación, etc. La presente propuesta está acompañada de un manual de estilo, que permitirá conservar la personalidad gráfica y la línea editorial del medio, una guía de producción visual y de contenido, para el arraigo de este medio en su público, para crear una identidad gráfica, reconocible y anclada en el lector, para que donde quiera que esta esté sea fácilmente identificable, sea buscada, leída y recomendada.

De los resultados obtenidos a lo largo de esta investigación, se puede concluir que el periódico Tierra de Nadie, es un medio deseado por la población de la ECS-UCV, que a pesar de que no haya sido del todo acertado el trabajo de diagramación de los elementos constitutivos del mismo, es un periódico con el potencial para convertirse en un excelente medio de la ESC-UCV. Este proyecto logró los objetivos trazados al principio de su realización y superó las expectativas de colaboración de los estudiantes, de los representantes de las autoridades universitarias, y de la comunidad universitaria de la UCV en general. El producto final aquí presentado, fue el resultado de un trabajo de equipo y así debía ser, ya que un periódico estudiantil universitario debe ir más allá de una visión personal, debe

estar guiado con una visión colectiva. Solo es la humilde aspiración de quien suscribe el que sea ejecutado el proyecto o que sirva el mismo de inspiración para futuras publicaciones estudiantiles creadas por los estudiantes de la ECS-UCV, quienes tienen todo un cúmulo de talentos, conocimientos y vivencias que bien merecen ser difundidos para la proyección de la excelencia de profesionales que se están gestando en la Escuela.

Para finalizar, no queda más que recordar lo expuesto por el diseñador Simón Rodríguez (2011), quien aconseja ser constantes: “ninguna publicación logra el éxito de la noche a la mañana, es ensayo y error, entonces lo primero que recomiendo es no rendirse, la idea es ir rectificando en la medida que se vayan dando los cambios”.

## FUENTES CONSULTADAS

### Fuentes bibliográficas

AGUDELO SEDANO, Wilson (1995) Diseño de Periódicos. Una Aproximación Histórica. Tesis de Licenciatura. Universidad de Los Andes. San Cristóbal.

AGUDELO, Carlos Gerardo (2005) La enseñanza del periodismo como un entorno constructivista, en: Revista Folios No. 8, Universidad de Antioquia, Medellín, Julio.

AGÜERO, Luis (1977) El diario tabloide en Venezuela. Tesis de Grado, Facultad de Humanidades y Educación, UCV. Caracas. 155 pp.

ALONSO, Martín (1971) Ciencia del lenguaje y arte del estilo. Editorial Aguilar. Madrid. 448 pp.

ÁLVAREZ, Federico (1978) La información contemporánea. Contexto Editores. Caracas, Venezuela. 185 pp.

APUNTES 1 (1987) Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social (UCV) Nuevo Plan de Estudios. ECS-UCV. Caracas..

APUNTES (1991). Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social (UCV). No. 28. Julio 1991. 51p. EL USO DEL COLOR Y DE LOS GRÁFICOS EN EL DISEÑO. Mideska Rodríguez y Carlos Salgado.

ARIAS, Fideas (2009) El proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. Editorial Episteme. Caracas.

ARMAÑANZAS y Díaz Noci J. (1996) Periodismo y Argumentación. Géneros de opinión. Universidad del país Vasco. Bilbao.

ARNOLD, Edmund C. (1989). Diseño total de un periódico. Ediciones EDAMEX (Editores Asociados Mexicanos). México. 284 pp.

AUTEN, Jeremy (1994). Guía completa de la tipografía. Editorial Blume. Barcelona, España. 224 pp.

BERSTEIN, David (1986) La imagen de la empresa y la realidad. Plaza y Janés Editores S.A., Barcelona.

CABRERA, Rosalinda (1989) Los cambios más importantes en la diagramación de El Diario de Caracas”, desde mayo de 1979 hasta mayo de 1989. Caracas, Facultad de Humanidades y Educación, UCV, Tesis de Grado, 230 pp.

CAMINOS MARCET, J. (1997) periodismo de investigación. Teoría y práctica. Editorial Síntesis. Madrid.

SABINO, Carlos (1992) Proceso De Investigación. Editorial Panapo, Caracas, 216 pp.

CLARET, Arnaldo (2009). Tutores y tesistas exitosos. Editorial Grupo Impregráficas, C.A. Caracas. 264 pp.

CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISTA VENEZOLANO (1997).

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA (2000). Editores Hermanos Vadell. Caracas, Venezuela

- CORREA, Carlos (2004). Venezuela, situación del derecho a la libertad de expresión. Entrevista realizada a Marcelino Bisbal para el libro. Editorial Espacio Público. 146 pp.
- DEL NOGAL, Adriana (2001). La edición gráfica en los medios impresos. Tesis de grado, Facultad de Humanidades y Educación, UCV. 109 pp.
- DELGADO F., Carlos. Versión Beta (2008). Tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela. Ediciones UCAB – El Nacional. Caracas.
- DI PALMA, Gustavo (2010). Introducción al periodismo. Editorial Brujas. Argentina. 265 pp.
- DÍAZ RANGEL, Eleazar (2007). La prensa venezolana en siglo XX. Ediciones B. Caracas. 328 pp.
- DRAGNIC, Olga (2006) Diccionario de Comunicación Social. Editorial Panapo, C.A. Venezuela. 296 pp.
- ESTEBAN, Manuel (2000) El diseño de entornos de aprendizaje constructivista, El texto es una adaptación de D. Jonassen, en C.H.Reigeluth: El diseño de la instrucción, Madrid, Aula XXI Santillana, p. 3.
- GABRIEL, José (1948). Cinco lecciones de historia periodística, Editorial Universitaria, Servicio de Divulgación de la Escuela de Periodismo. Caracas.
- GÄDE, Reinhard (2002) Diseño de periódicos: sistema y método. Editorial Gili. P. 143 pp.

- GARCÍA, Mario (1984): Diseño y compaginación de la prensa diaria, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona.
- GARCÍA, Mario (1994): La fórmula clave para darle color a su periódico, En Hora de Cierre, año 3, N° 4, Miami, octubre de 1994.
- GARZÓN, Miguel (1995) La impresión tiene futuro, En Artes Gráficas, Volumen 29, edición 7, Cali, julio de 1995.
- GAETA, Giulano (1966). Storia del giornalismo. Tomo I, ed. Francesco Vallardi Godechot, Jacques. Contribución a la historia del periodismo. 1ra.ed. Quito, Ecuador: CIESPAL, 1964. (Colección Documentos) 1964 Impreso General Español.
- GONZÁLEZ, Reyna (1991) Periodismo de opinión y discurso. Editorial Trillas. México.
- GONZÁLEZ, Ghaddra M. (1989): "Imagen, diseño y comunicación corporativa". Apuntes, Fundación Carlos Eduardo Frías, N° 5, 37 pp.
- HALPERÍN, Jorge (1995). La entrevista periodística. Intimidades de una conversación pública. Editorial Paidós. Barcelona.
- JIMENO SANTOYO, Ramón (1994) La comunicación en Colombia: cómo funcionan los grandes medios y significado de los medios alternativos, en: Memoria II Seminario de Periodismo Juvenil, Comfama, Medellín, p. 15.
- KAYSER, J. (1964). El periódico. Estudios de morfología y de prensa comparada. Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL). Quito.

MATERIALES PARA LA HISTORIA DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-UCV (1987) 1946-1986. ECS-UCV. Caracas.

MOLINA G, Manuel Isidro (1975) La Escuela de comunicación Social: Planes de estudio y promociones 1949-1974. Departamentos de publicaciones de la Facultad de Humanidades y Educación. UCV. Caracas.

LEÑERO, V. y Marín, C. (1986) Manual de periodismo. Editorial Grijalbo. México. Ley de ejercicio del periodismo venezolano.

REPÚBLICA DE VENEZUELA. (1970) “Ley de Universidades”, Editorial La Torre, Caracas.

MARTÍNEZ ALBERTOS, J. (1988) Curso general de redacción periodística. Editorial Mitre. Barcelona.

MENDIBLE, Alejandro (2006) 60 años de la Escuela de Comunicación Social. Extramuros, oct. 2006, vol.9, no.25, p.81-96. ISSN 1316-7480.

MORALES SÁNCHEZ, Víctor. (1977) Planeamiento y análisis de investigaciones. Ediciones de la Facultad de Humanidades y Educación. UCV. Caracas.

MUJICA, Héctor (1959). El tabloide, historia y técnica. Talleres Imprenta Universitaria, Caracas. 49 pp.

NAVAS, Alberto J. (1946) Una Aproximación a la Historia de la Fundación de la Facultad de Humanidades y Educación en la Universidad Central de Venezuela.

NIETO, Patricia (2004) "Decálogo del periodismo universitario o claves para leer nuestra prensa", en: Agenda cultural, Universidad de Antioquia, No. 100 Junio de 2004, p. 8

OROZCO, Eduardo. (1995) Edición de diarios. Caracas. Facultad de Humanidades y Educación, UCV, Trabajo de ascenso, 114 pp.

PÁEZ, Gustavo (2003) Informe Final: Los géneros periodísticos en manuales de estilo y periodismo. Departamento de Investigaciones de la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales. Buenos Aires.

PÉREZ, Coromoto (1990) Análisis morfológico comparativo entre el Universal y el Nacional. Trabajo de grado. UCV. Caracas. Junio, 1990.

PLAN DE ESTUDIOS Y ESTRUCTURA (1994) Hacia la escuela de comunicación social del año 2000" agosto 1994, Caracas, Venezuela, editado por la ECS.

PULITZER, Joseph (1999) Planeando una escuela de periodismo, The North American Review, mayo 1904, en: Documento No. 3 Alma Mater, Universidad de Antioquia, Medellín, Abril 1999.

QUINTANA, Carlos. (2001) Informe de pasantías de RRHH en Tal Cual. Caracas, Universidad Simón Rodríguez.

REVISTA EXTRAMUROS (2006) Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Facultad de Humanidades y Educación Universidad Central de Venezuela N° 25, Octubre 2006, Nueva Serie.

ROJAS E., María de Jesús. (2006). Manual para redactar titulares. Editorial Trillas. México. 141 pp.

- SAMARA, Timothy (2008). Diseñar con o sin retícula. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 239 pp.
- SERRANO, Helga I. (1997) Técnicas de enseñanza del periodismo, La formación del reportero efectivo, Capítulo 2, Editorial Trillas, México, p. 40.
- SUTTON, Albert (1963) Concepción y confección de un periódico. Madrid, Editorial Rialp.
- TAMAYO Y TAMAYO, Mario (2008) Diccionario de Investigación científica. Editorial Limusa, S.A. México. 172 pp.
- TEJADA PALACIOS, Luis (1987) Gestión de la imagen corporativa. Editorial Norma. Colombia. 204 pp.
- TIRONI, Eugenio y CAVALLO, Ascanio (2007) Comunicación estratégica. Editorial Tarus. Chile.
- TORRES, Elsy (2002). Tal Cual. Identidad Gráfica. Trabajo de licenciatura. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela. Tutor Eduardo Orozco. 226 pp.
- VALLEJO MEJÍA (1998) Mary Luz; Hoyos, Juan José; Agudelo Castro, Carlos; Medina, Gonzalo; Giraldo, Arturo, Correa, Carlos Mario; Castañeda, Heiner, Documento: Propuesta académica y administrativa para la creación de un pregrado en Periodismo en la Universidad de Antioquia, Universidad de Antioquia, Medellín, septiembre 1998.

VALLEJO, Mary Luz; Hoyos, Juan José (2005) Restrepo, Javier Darío; Documento: Proyecto de especialización en Periodismo Investigativo, Universidad de Antioquia, Medellín, febrero de 2005.

VARGAS, Natividad (1999) Periodismo de Opinión. Madrid: Síntesis. 205 pp.

VÁSQUEZ MONTALBÁN, Manuel (1995) Historia y Comunicación social, Editorial Gráficas Modernas, 266 pp.

VERÓN, Eliseo (1987) Construir el acontecimiento (2da. Edición). Editorial Gedisa. Buenos Aires.

WAGNER E., Carlos L. (2000) Apuntes de Noticia, de la cátedra del profesor Manuel Pérez Miranda, en la Escuela de Periodismo, Carlos Septién García.

WAGNER, Carlos (2000). Déjame que te cuente. Los géneros periodísticos y su ética profesional, Editorial Trillas. México.

### **Fuentes hemerográficas**

Periódico Tierra de nadie...tierra de todos. Edición N° 0, noviembre 2006. 12 pp.

Periódico Tierra de nadie...tierra de todos. Edición N° 1, noviembre 2008. 8 pp.

Periódico Tierra de nadie...tierra de todos. Edición N° 2, febrero 2009. 12 pp.

Periódico Tierra de nadie...tierra de todos. Edición N° 3, abril 2009. 12 pp.

Periódico Tierra de nadie...tierra de todos. Edición N° 4, junio 2009. 16 pp.

Periódico Tierra de nadie...tierra de todos. Edición N° 5, noviembre 2009. 20 pp.

Periódico El Ucabista. Edición

### **Fuentes electrónicas:**

ABREU SOJO, Carlos. La fotografía, como texto informativo. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Revista Latina de Comunicación Social. Recuperado el 10 de octubre del 2011.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r2ab8carlos.htm>

ABREU SOJO, Carlos. Periodismo Iconográfico (y XI). ¿Es la infografía un género periodístico? Revista Latina de Comunicación Social. Recuperado el 10 de octubre del 2011.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm>

ABREU SOJO, Iván. El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito? Notas sobre la evolución de la investigación de campo. Revista Latina de Comunicación Social 39 – marzo de 2001, 13 pp. Recuperado el 10 de octubre del 2011, de  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina39mar/111iabreu.htm>

AYALA OSORIO, Germán. El periodismo en Colombia: una historia de compromisos con poderes tradicionales. UNIrevista - Vol. 1, n° 3: (julio 2006) Universidad Autónoma de Occidente, Colombia. Recuperado el 30 de agosto del 2011. [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Ayala.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Ayala.PDF)

BISQUERT, Alfredo (2007) Recuperado el 05 de septiembre del 2011 del blog Gestión y planificación de la empresa periodística.

<http://planificacionperiodistica.blogspot.com/2007/10/la-planificacin-de-la-empresa.html>

CARTA FUNDAMENTAL DE LA ONU. Recuperado de:  
<http://www.un.org/es/documents/charter/>

CORONA SÁNCHEZ, Sonia A. (2008). Análisis de periódicos estudiantiles norteamericanos: Prácticas editoriales exitosas y recomendaciones para periódicos estudiantiles mexicanos. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/)

CORREA S., Carlos Mario. El periodismo universitario: Meterse al agua para aprender a nadar. Nexos. Edición 41. Recuperado el 02 de agosto del 2011. <http://www1.eafit.edu.co/nexos/articulo/141/66439>.

CORREA, Carlos Mario. Bitácora (Revista digital de Pregrado en Comunicación Social). Universidad Pontificia Bolivariana, de Medellín. Recuperado el 29 de agosto del 2011. <http://bitacora.eafit.edu.co/?p=313>

DÍAZ COBO, Ana I. 2004. *Diseño Soft en el periódico*. Tesis Licenciatura. Diseño Gráfico. Departamento de Diseño de Gráfico, Escuela de Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla. Mayo. Rescatado el 15 de septiembre del 2011, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldg/diaz\\_c\\_ai/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/diaz_c_ai/)

EL UCABISTA. Recuperado el 20 de septiembre del 2011. [http://www.ucab.edu.ve/tl\\_files/sala\\_de\\_prensa/recursos/ucabista/oct2001/contrap.htm](http://www.ucab.edu.ve/tl_files/sala_de_prensa/recursos/ucabista/oct2001/contrap.htm)

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UCV. Portal Oficial de la ECS-UCV. Disponible en: <http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/>

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN. Sitio oficial de la FHE-UCV. Disponible en: <http://www.ucv.ve/estructura/facultades/facultad-de-humanidades-y-educacion.html>

GAFRÉ, Michel. El rol de la infografía en el rediseño. Revista LATINA de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife) - junio de 1998 - número 6. Recuperado el 10 de octubre del 2011. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/libroinfo/75mic.htm>

GANADORES DEL PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO 2005. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. Recuperado el 20 de septiembre del 2011. [http://www.minci.gob.ve/pagina/1/13839/ganadores\\_del\\_premio.html](http://www.minci.gob.ve/pagina/1/13839/ganadores_del_premio.html)

GARCÍA, MARIO. 2002. El rediseño del periódico: nueva vitalidad y aproximación, En Chasqui, Revista Latinoamericana de la Comunicación. Chasqui 80. Recuperada el 18 de septiembre del 2011, de <http://chasqui.comunica.org/content/view/203/83/>

HISTORIA DE EL UNIVERSAL. Fundación Andrés Mata. Recuperado el 20 de septiembre del 2011. <http://www.eluniversal.com/fam/historia.html>

JAUJA, Maria Fernanda. Expediente de Postulación de la Ciudad Universitaria de Caracas a la lista de Patrimonio Mundial. Proyecto Ciudad Universitaria de Caracas-Patrimonio. 1999. Consultado el 05/02/007, <http://www.centenariovillanueva.web.ve>

LA RENOVACIÓN EN LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA (1968-1969): erase una vez el futuro. Recuperado el 15 de septiembre del 2011, de Analítica.com,  
[http://www.analitica.com/bitblbio/nelson\\_mendez/renovacion.asp](http://www.analitica.com/bitblbio/nelson_mendez/renovacion.asp).

LALLANA, Fernando. Diseño y color infográfico. Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife) - Enero de 1999 - número 13. Recuperado el 10 de septiembre del 2011.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/libroinfo/150lallana.htm>.

LATOUCHE, Miguel Ángel: Cambio de Pensum. Artículo del 15 de abril de 2009. Recuperado de Un proyecto académico:  
<http://proyectoacademicoecsucv.blogspot.com/>

LETURIA, Elio: “¿Qué es infografía? ¿Tipos infográficos? Revista Latina de Comunicación Social, Tenerife, N°13, enero 1999.  
<http://www.lazarillo.com/latina/a1999c.150lallana.htm>.

MÉNDEZ, Nelson. La Renovación en la Universidad Central de Venezuela (1968-1969): érase una vez el futuro. Recuperado el 20 de octubre del 2011.  
[http://www.analitica.com/bitblbio/nelson\\_mendez/renovacion.asp](http://www.analitica.com/bitblbio/nelson_mendez/renovacion.asp).

NUEVO EN PATRIMONIO CUC: El Mural de Mateo Manaure en el Paraninfo Ciudad Universitaria de Caracas. Recuperado el 18 de septiembre del 2011.  
<http://ciudaduniversitariaucv.tumblr.com/page/16>

PADILLA, Noemí, (2000) “Sociedad y texto: La construcción del discurso periodístico”; y Eva Salgado (2005) Análisis del discurso periodístico. Recuperado el 01 de septiembre del 2011, de  
<http://www.taringa.net/posts/info/3860400/El-Discurso-Periodistico.html>

REFORMA LEY RESORTE – Publicado en el diario El Universal en su sección Espacio Público Recuperado el 07 de septiembre del 2011. <http://static.eluniversal.com/2010/11/25/ReformaLeyResorte.pdf>

REGLAMENTO DE CÁTEDRAS Y DEPARTAMENTOS DE LA UCV. Recuperado el 20 de septiembre, de [http://www.ucv.ve/fileadmin/user\\_upload/facultad\\_agronomia/Normativas\\_y\\_Reglametos/regcatdep.pdf](http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/facultad_agronomia/Normativas_y_Reglametos/regcatdep.pdf)

RESEÑA HISTÓRICA. Universidad Central de Venezuela. Recuperado el 25 de septiembre del 2011. <http://www.ucv.ve/sobre-la-ucv/resena-historica.html>

RODRÍGUEZ, Borges R. (1998, febrero) La objetividad periodística, un mito persistente. Revista Latina de Comunicación Social 2. Recuperado el 03 de septiembre del 2011, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/febrero.98.rodrigo.htm>.

SAAVEDRA, Gonzalo: “Integración del texto y el diseño periodístico”. Imagen + palabra, agosto, 2001. Recuperado el 15 de septiembre del 2011, de la página de SDN Latina, [www.sndlatina.org/stgo2001.html](http://www.sndlatina.org/stgo2001.html).

SANTOS CALDERÓN, Enrique. Historia del periodismo colombiano. Gaceta N° 53, de junio de 1990. Recuperado el 30 de agosto del 2011. <http://www.stumbleupon.com/su/2jIEN8/www.circulodeperiodistasdebogota.com/descargas/historiaperiodismo.pdf>.

VELÁSQUEZ P., Lucas. La locura de hacer periodismo universitario. Periódico Estudiantil NEXOS, Edición 141–Editorial. Recuperado el 02 de agosto del 2011. <http://www1.eafit.edu.co/nexos/articulo/141/66439>.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA. Página oficial de la UCV.

Disponible en: <http://www.ucv.ve/>

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO. Página oficial de la UCAB.

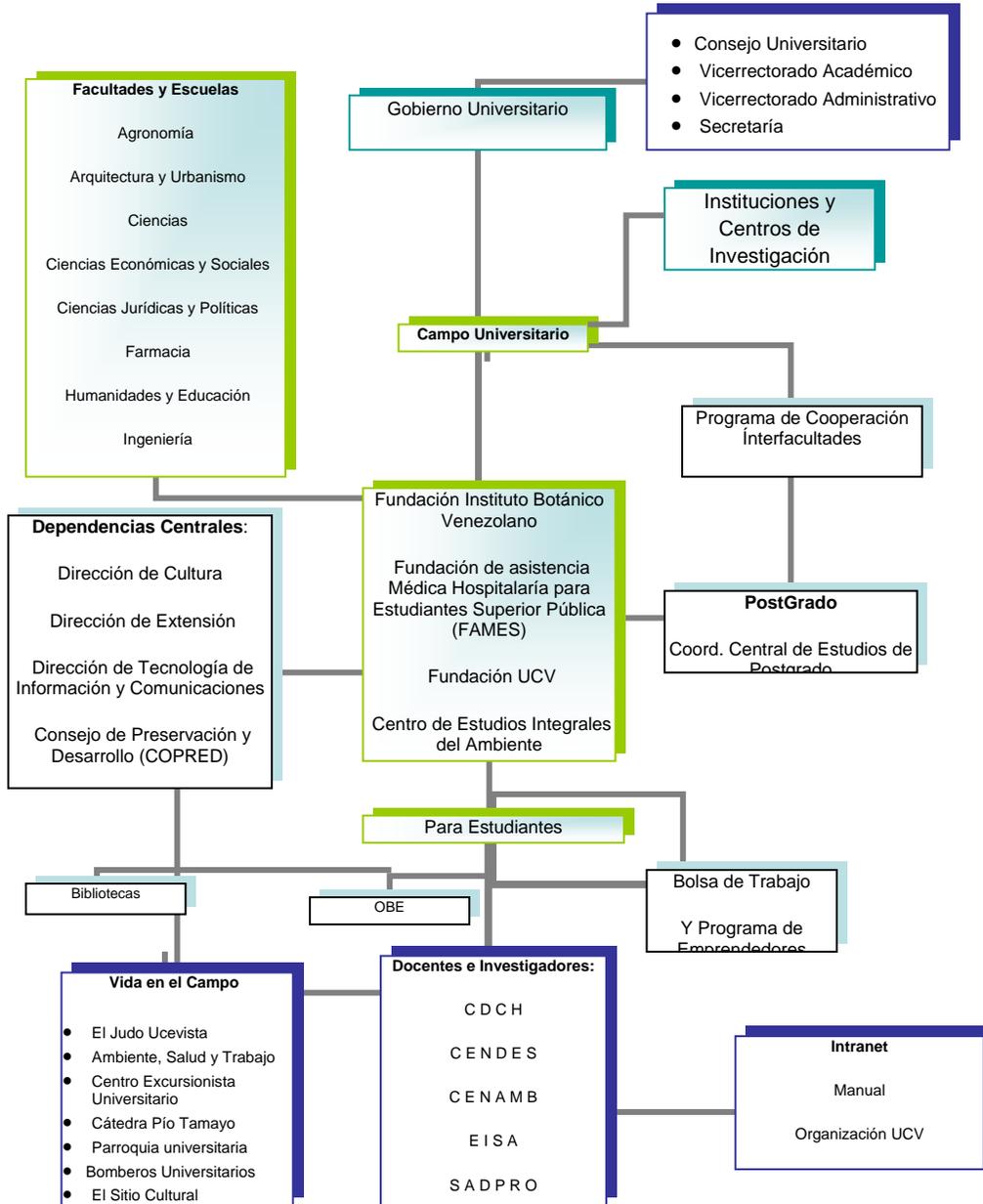
Disponible: <http://www.ucab.edu.ve/>

### **Entrevistas**

Maribel Dam	Octubre 2011
Humberto Luque	Octubre 2011
Simón Rodríguez	Octubre 2011
Miguel Ángel Latouche	Octubre 2011
José Court	Octubre 2011
Ariana Guevara	Octubre 2011
Elsy Torres	Octubre 2011

## **ANEXOS**

**ANEXO N° 1**  
**ORGANIGRAMA DE LA UCV<sup>83</sup>**

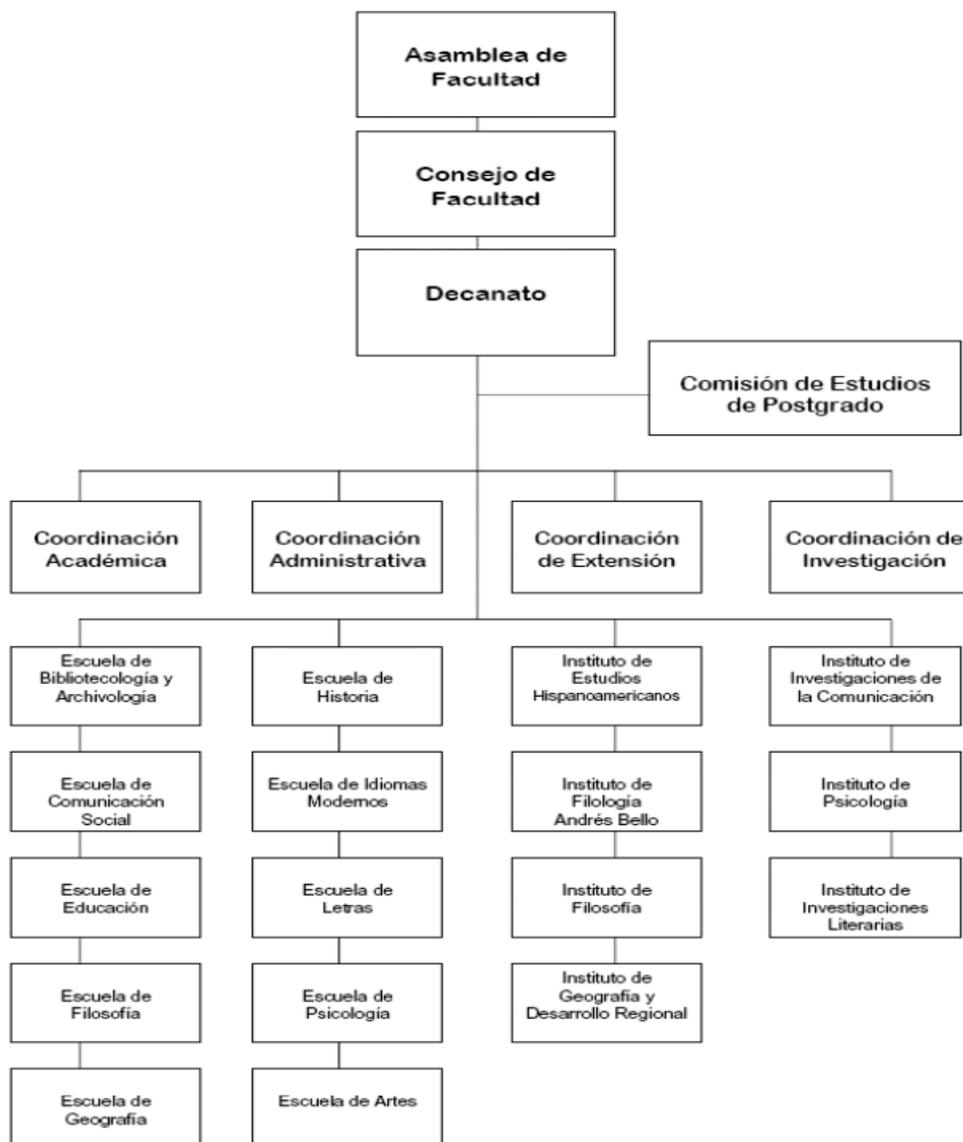


<sup>83</sup> Realizado en base a la información publicada en la página web de la UCV: [www.ucv.ve](http://www.ucv.ve)

## ANEXO N° 2

### ORGANIGRAMA DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN<sup>84</sup>

#### ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

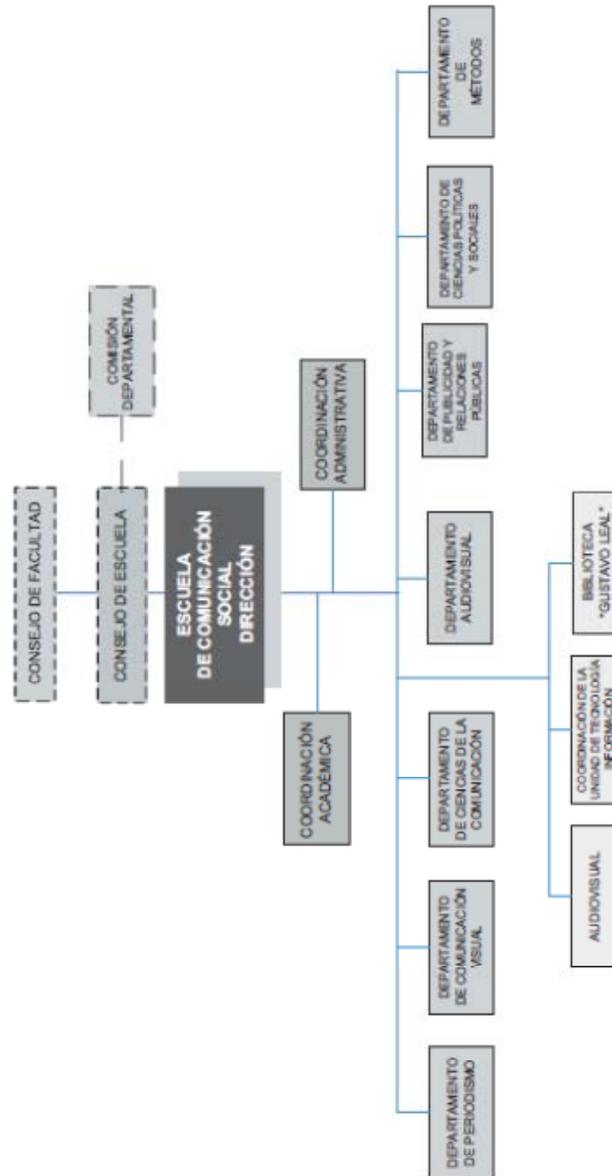


<sup>84</sup> <http://www.ucv.ve/organizacion/facultades/facultad-de-humanidades-y-educacion1/organizacion/organigrama.html>

### ANEXO N° 3

## ORGANIGRAMA DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL<sup>85</sup>

Universidad Central de Venezuela  
Facultad de Humanidades y Educación  
Escuela de Psicología  
Organigrama Estructural  
Julio 2006



<sup>85</sup> Organigrama tomado de la página web de la UCV: [www.ucv.ve](http://www.ucv.ve), en el enlace correspondiente a la Facultad de Humanidades y Educación, de la Escuela de Psicología, realizado en el año 2006.

## ANEXO N° 4

### MODELO N° 1 DE ENCUESTA A SER APLICADA A PROFESORES, ALUMNOS, PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OBRERO DE LA ECS-UCV

N° \_\_\_\_\_

Universidad Central de Venezuela  
Facultad de Humanidades y educación  
Escuela de Comunicación Social

Estudio: Periódico Universitario

*Tierra de Nadie*

Asunto: Efectividad de la identidad

Fecha: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2011

#### **Presentación:**

Buen día, mi nombre es Laury Martínez y soy estudiante de Comunicación Social de la UCV. Estoy realizando un estudio académico para aplicarlo a los lectores del periódico universitario *Tierra de Nadie*, con el fin de determinar la opinión que tiene la población sobre esta publicación. Esta encuesta le tomará aproximadamente 5 minutos y estamos interesados en obtener su opinión, la cual permanecerá en completa confidencialidad.

#### **Cuestionario:**

1.- ¿Ud. ha leído el Periódico Tierra de Nadie?

- Si
- No (Terminar encuesta)
- No sabe/No contestó (Terminar encuesta)

#### **Sección I: Sobre su imagen gráfica, forma, estructura.**

2.- El formato o tamaño le parece:

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- No sabe/ No contestó

3.- La impresión del periódico le parece:

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala
- No sabe/ No contestó

4.- ¿El logotipo es fácil de identificar?

- Si
- No
- No sabe/ No contestó

5.- ¿La portada capta la atención?

- Si
- No
- No sabe/ No contestó

6.- ¿Le gusta el tipo de letra de los títulos y textos?

- Si
- No
- No sabe/ No contestó

7.- ¿Las letras son fáciles de leer?

- Si
- No
- No sabe/ No contestó

8- Considera que la forma cómo se presentan las informaciones: sus títulos, textos e imágenes es:

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala
- No sabe/ No contestó

9.- Usted considera que el diseño del periódico es:

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- No sabe/ No contestó

10.- La periodicidad del periódico debería ser:

- Semanal
- Mensual
- Bimensual
- Otra (Indique) \_\_\_\_\_
- No sabe/No respondió

## **Sección II: Sobre su contenido.**

11.- ¿Las informaciones son interesantes?

- Si
- No
- No sabe/ No contestó

12.- Las secciones del periódico le parecen:

- Excelentes
- Buenas
- Regulares
- Malas
- No sabe/ No contestó

13.- ¿Usted cree que la comunidad universitaria se ve reflejada en los contenidos del periódico?

- Si
- No
- No sabe/ No contestó

14.- ¿Usted considera que el periódico cubre las necesidades informativas de la población universitaria?

- Si

- No ¿Por qué? Explique: \_\_\_\_\_
- No sabe/ No contestó

**Sección III: Sobre una nueva propuesta de diseño del periódico.**

16.- ¿Estaría usted de acuerdo con un nuevo diseño del periódico?

- Si
- No
- No sabe/ No contestó

17.- ¿Qué elementos deberían permanecer?

---

---

---

18. - ¿Qué elementos deberían cambiar?

---

---

---

19.- ¿Qué elementos agregaría?

---

---

---

20.- ¿Cuál cree usted que debería ser la tarea fundamental del Periódico Universitario Tierra de Nadie?

---

21. ¿Qué opina de que el personal del periódico sean estudiantes, quienes están en constante proceso de aprendizaje y en rotación?

---

---

Nombre: \_\_\_\_\_ Sexo: F  M  Edad: \_\_\_\_\_

Ocupación:

Estudiante Indique el semestre: \_\_\_\_\_

Profesor

Personal de la ECS-UCV

**¡GRACIAS!**

## ANEXO 5

### MODELO N° 2 DE ENCUESTA A SER APLICADA A PROFESORES, ALUMNOS, PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OBRERO DE LA ECS-UCV

(Los encuestados desconocen la publicación)

N° \_\_\_\_\_

Universidad Central de Venezuela  
Facultad de Humanidades y educación  
Escuela de Comunicación Social

Estudio: Periódico Universitario *Tierra de Nadie*  
Asunto: Opinión sobre el diseño y contenido del

Fecha: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2011

#### Presentación:

Buen día, mi nombre es Laury Martínez y soy estudiante de Comunicación Social de la UCV. Estoy realizando un estudio académico sobre del periódico universitario *Tierra de Nadie*, con el fin de determinar la opinión sobre esta publicación. Esta encuesta le tomará aproximadamente 5 minutos y estamos interesados en obtener su opinión, la cual permanecerá en completa confidencialidad.

#### Cuestionario:

- 1.- ¿Qué opina de que la Escuela de Comunicación Social de la UCV produzca un periódico para la población Ucevista?
- 2.- ¿Te gusta el diseño del periódico Tierra de Nadie? ¿Cómo te gustaría que fuera?
- 3.- ¿Te gustan las secciones que tiene? ¿Cuáles propones?
- 4.- ¿Te gusta el contenido del periódico?
- 5.- ¿Cuál crees que debería ser la periodicidad de este periódico?
- 6.- ¿Te gustaría participar en la producción del periódico?
- 7.- ¿Te desagradaría que se incluyera publicidad en el periódico?

Nombre: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: F  M

Ocupación:

Estudiante Indique el semestre: \_\_\_\_\_

Profesor

Personal de la ECS-UCV

## ANEXO N° 6

### ESTUDIO MORFOLÓGICO

#### **N° 0 de Ejemplar del Periódico Tierra de Nadie – Noviembre 2006**

Este ejemplar tiene un Formato: Tabloide recortado, cuyas medidas son, 29 cm x 33 cm. Mancha: 24 cm x 31,5 cm. Número de páginas: 12 páginas. Sus Medidas: Página impar delimitada por margen superior (cabeza): 1,5 cm; margen inferior (pie): 1,5 cm; margen interno (lomo) 0,5 cm; margen externo (corte): 2cm. El equipo de trabajo está conformado por, un coordinador general, un coordinador de fotografía, un diagramador, un comité editorial con 7 integrantes, y 6 colaboradores.

La retícula del tipo flexible, conformada por 4 columnas de 5,8 cm y con un corondel de 0,6 cm. Según las características del texto, al ser flexible la retícula, en las páginas 2, 4, 5, 8 y 9 el texto se presenta a dos columnas, con una columna para la identificación de la sección. Solo la página 7 es presentada a una columna y un despiece.

El logotipo aparece conformado por dos palabras, Tierra en color verde; de Nadie, en color naranja; y puntos suspensivos tierra de todos, en color blanco. Esta frase denota lo juvenil, irreverente y controversial que puede ser la población estudiantil universitaria, representado en ese espacio físico de la UCV, llamado por tradición de los estudiantes: Tierra de Nadie. El color verde en la palabra Tierra, tiene una connotación ecológica, el color naranja en la palabra de Nadie, utilizado para llamar la atención visual del lector; y el blanco en la frase ...es tierra de todos, confiere amplitud y limpieza. El logo está diseñado en la familia de fuente: Lithos Pro Regular en variante Bold, en la frase superpuestas Tierra y, de Nadie, con la fuente

Viner Hand ITC. Estas dos palabras, en 80 puntos, crean un solo mensaje, claro y fuerte, que permite darle proyección a la publicación a través de este nombre.

La cabecera está conformada por el nombre del periódico, debajo de él los datos registrables: mes, año y n° de la publicación, antecedida por una frase: Publicación de la juventud Ucevista. Como es de distribución gratuita, no aparece precio. La foliatura, de valor hemerográfico, contiene: dónde se publica, cuándo se publica, n° de la publicación y nombre de la publicación. En este número no se colocaron estos datos en sus páginas internas.

Sus secciones son: Editorial, Música, Asesoría académica, Ciencia, sexo y salud, Tecnología, Oportunidades, Conoce tu universidad, Guía de rumbas, Cartelera de cine, Deportes. Los nombres de las secciones: fueron colocadas en forma vertical, en la columna izquierda cercana al lomo; y en la parte superior izquierda de manera horizontal. Y, a pie de página, de las páginas internas, está ubicado el número de página está dentro de un recuadro y está acompañado con un elemento gráfico, dos líneas a lo largo de la página.

Entre las características tipográficas están, los nombres de las secciones dispuestos en vertical, con fuente del tipo Egipcio (Squares Serif), Palo seco, tipo ITC Lubalin Graph (bold), a 54 puntos; y en los títulos de las secciones ubicados en horizontal, con 48 puntos. En los títulos de las informaciones, se aplica la fuente de la familia tipo Palo Seco ITC Kabel, a 36 puntos. En los antetítulos y subtítulos: fuente Arial, y también ITC Kabel, a 18 puntos. En los textos: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos. En la reseña sobre el grupo de música, cambió la fuente del título a Viner Hand ITC.

En cuanto a la paleta de colores, la aplicación cromática de este periódico se distingue en los siguientes aspectos: en el color del logo, verde, naranja y blanco. En

los títulos de las secciones en azul y rojo. En los recuadros, círculos decorativos y fondos se utilizaron el azul rojo, verde, con distintos niveles de saturación.

La portada, está conformada por la cabecera y una foto principal cuyo lenguaje gráfico tiene que ver con la juventud universitaria, esencia de la publicación. El logo donde está el nombre de la publicación aparece centrado a lo largo de la mancha. Y la contraportada, está constituida por informaciones, de la sección deportes.

El estilo de las páginas tipo, están conformadas por dos notas por sección, cada una con su foto respectiva. Y el estilo de las páginas particulares: con un diseño libre, con diagramación flexible, que constan de varias columnas de información y opinión, que giran alrededor del tema de la sección (como la de cine), con fotos dispuestas debajo del texto. Además, se colocan en ellas, varias notas informativas, dispuestas verticalmente en la página.

Los recursos gráficos y tipográficos de esta publicación, están en la utilización de líneas horizontales, colocadas sobre las notas principales y en la parte inferior a lo largo de toda la página. Además, los corondeles que aparecen para separar y demarcar dos notas continuas. También existen, recuadros para notas breves; fondos, para destacar las notas de apoyo o despieces, y para separar notas seguidas. Se incluyen, siluetas, para aportar tensión, sin interrumpir el texto; capitulares (con fuente arial), con las cuales se inicia el texto de la página, indicando donde arranca la redacción. Además, aquí cabe señalar, la utilización de la fotografía, que implica retoque o digitalización de la foto, edición o corte, con sus elementos de apoyo que son la leyenda y los créditos.

La unidad informativa, está compuesta por la jerarquía de las informaciones dispuestas en las páginas, las cuales dependen del tema principal que se toca en la publicación, seguido de contenidos referentes a las secciones. Al respecto, la

publicación inicia en su primera página con la editorial y un recuadro con los créditos de la publicación (autoridades universitarias, equipo editorial, correo electrónico y créditos de edición). Presenta una o dos noticias destacadas, dependiendo del tema de la publicación.

Se colocan notas de apoyo o despiece, para hacer mención a un aspecto específico de la información central, datos anecdóticos, frases, etc. Se observa la presencia de notas, como unidades informativas de desarrollo corto, que contempla entre 800 y 1400 caracteres. Están integradas por título, subtítulo (opcional), créditos del periodista y fotografía (con leyenda y créditos del fotógrafo). Por lo general abarca dos o tres columnas.

Vale destacar los breves, que son núcleos informativos concisos, no superan los 600 caracteres, lleva título y texto, en algunos casos se incluye una pequeña foto. Se observan la presencia de estos breves colocados varios en línea vertical, englobados en secciones informativas. También hay columnas de opinión, que se despliegan en línea vertical, pero también en la línea horizontal inferior. Columnas de información: la nota no supera los 1800 caracteres, su importancia la ubica en un plano secundario. Tiene título, presenta un intertítulo, con una foto, pero sin leyenda, ni créditos.

En cuanto a los títulos, que es la frase que expresa la parte más importante de la noticia y se destaca tipográficamente para encabezar la presentación de la información. En el título se anuncia el contenido del texto, este es del tipo de línea llena, donde una o más líneas que forman un bloque compacto y ocupan toda la justificación (anchura) del titular. Alineado a la izquierda, o a la derecha. Variante de esta forma son las líneas centradas respecto a ambos márgenes.

Debajo de los títulos se observan los subtítulos, que proporcionan aspectos interesantes de la información que no están presentes ni en el título ni en el antetítulo.

Su redacción directa e informativa, no pasa de dos o tres líneas. También hay presencia de sumarios, que son textos de uno o dos párrafos independientes, desde el punto de vista de su redacción y de su contenido, que siguen al titular de la información. Este se trata de una técnica redaccional que tiene como finalidad destacar los aspectos más importantes que no estén presentes en el titular. Y para finalizar, dentro de las informaciones, están ubicados intertítulos, que van separando las diferentes ideas plasmadas en cada párrafo para guiar al lector.

Presencia porcentual de las informaciones: De las 27 (100%) informaciones de la publicación, esta contiene, 18 notas informativas (66%), 2 artículos de opinión (7,4%), 1 reportaje (3,7%). Dentro del periódico están presentes 27 imágenes que acompañan la información, de las cuales 20 son fotografías. En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 22,70%, y el 77,29% es texto.

### **Ejemplar N° 1 del Periódico Tierra de Nadie – Noviembre 2008**

Su formato tabloide completo, con medidas de, 29 cm x 39 cm. Su mancha: 25 cm x 35 cm. El número de páginas, es de 8 páginas. La página impar está delimitada por margen superior (cabeza): 1,5 cm; margen inferior (pie): 1,5 cm; margen interno (lomo) 0,5 cm; margen externo (corte): 2cm. Se mantiene el equipo de trabajo, con la presencia en los créditos de 12 redactores.

Su retícula, del tipo flexible, conformada por 4 columnas de 5,8 cm y con un corondel de 0,6 cm. Según las características del texto, al ser flexible la retícula, en las páginas 3 y 4, el texto se presenta a dos columnas. Las página 2 donde se encuentra el editorial está a dos columnas con los créditos colocados en la parte inferior de la página. Las páginas 5, dispone el texto a tres columnas; la página 6 y 8, a tres columnas de texto, más una para identificación de la sección. Mientras que la página 7, el texto se presenta a cuatro columnas.

Se conserva el logo de la edición N° 0. Y la cabecera está conformada por el nombre del periódico, ubicado centrado en la parte superior de la página. Sin embargo, los datos registrables: mes, año y n° de la publicación, y la frase: Publicación de la juventud Ucevista, aparecen en la parte inferior de la portada. Como es de distribución gratuita, no aparece precio.

La foliatura, que contiene dónde se publica, cuándo se publica, n° de la publicación y nombre de la publicación, está ubicada en el extremo superior de las páginas internas, en las impares, lado izquierdo, y en las pares, lado derecho.

Sus secciones son: Editorial, Ellas, Reportaje, Estudiante, Crónicas, Deportes y Cultura. Las secciones fueron colocadas en la parte superior izquierda de manera horizontal; y en algunas páginas, se dispuso en forma vertical, en la columna hacia el margen externo. A pie de página: el número de página se mantiene igual, dentro de un recuadro y está acompañado con un elemento gráfico, dos líneas a lo largo de la página.

La tipografía en los nombres de las secciones: vertical, con fuente del tipo Egipcio (Squares Serif), Palo seco, tipo ITC Lubalin Graph (bold), a 54 puntos y horizontal con 48 puntos. En los títulos de las informaciones, fuente ITC Lubalin Graph (bold), a 36 puntos. En los antetítulos y subtítulos: fuente arial, 18 puntos. En los textos: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos.

La paleta de colores se distingue por, mantener el color del logo, verde, naranja y blanco. En los títulos de las secciones, algunos se colocan en azul, rojo o ahora, negro o verde. Títulos de las informaciones en negro, azul y los reportajes importantes en rojo. Antetítulo en negro. En los recuadros, círculos decorativos y fondos se utilizaron el azul rojo, verde, con distintos niveles de saturación.

La portada, está conformada por la cabecera y una foto principal aunque es diferente de la del N°0, sigue manteniendo la intención de mostrar una imagen de la juventud universitaria. Y la contraportada, sigue estando constituida por informaciones, de la sección deportes. El estilo de las páginas tipo, se mantienen las páginas tipo, conformadas por dos notas por sección, cada una con su foto respectiva. Referente al estilo de las páginas particulares, tienen diseño libre, con diagramación flexible, que constan de varias columnas de información y opinión, que giran alrededor del tema de la sección. Además, se colocan, varias notas informativas, ahora solamente dispuestas horizontalmente en la página.

Los recursos gráficos y tipográficos, de esta publicación se ve en la utilización, de líneas horizontales, colocadas sobre las notas principales y en la parte inferior a lo largo de toda la página. Además, los corondeles que aparecen para separar y demarcar dos notas continuas. También existen, recuadros para notas breves; fondos, para destacar las notas de apoyo o despieces, y para separar notas seguidas. Se incluyen, siluetas, para aportar tensión, sin interrumpir el texto; se eliminó el uso de capitulares. Aquí cabe señalar, la utilización de la fotografía, en recuadro y silueteada.

La unidad informativa, está compuesta por la jerarquía de las informaciones dispuestas en las páginas, las cuales dependen del tema principal que se toca en la publicación, seguido de contenidos referentes a las secciones. Al respecto, la publicación inicia en su primera página con la editorial y un recuadro con los créditos de la publicación (autoridades universitarias, equipo editorial, correo electrónico y créditos de edición). Presenta un reportaje principal de un tema actual y de interés; y el resto son informaciones generales pertinentes a las secciones y a la población estudiantil.

Hay ausencia de despieces, y presencia de notas, como unidades informativas de desarrollo corto, que contempla entre 800 y 1400 caracteres. Están

integradas por título, subtítulo (opcional), créditos del periodista y fotografía (con leyenda y créditos del fotógrafo). Por lo general abarca dos o tres columnas. Incluye breves, que no superan los 600 caracteres, llevan título y texto, en algunos casos se incluye una pequeña foto.

En cuanto a los títulos, se mantiene el del tipo de línea llena, donde una o más líneas que forman un bloque compacto y ocupan toda la justificación (anchura) del titular. Alineado a la izquierda, o a la derecha. Variante de esta forma son las líneas centradas respecto a ambos márgenes. Debajo de los títulos se observan los subtítulos, su redacción directa e informativa, no pasa de dos o tres líneas. También hay presencia de sumarios, Y para finalizar, dentro de las informaciones, están ubicados intertítulos, que van separando las diferentes ideas plasmadas en cada párrafo para guiar al lector.

La presencia porcentual de las informaciones, está distribuida de la siguiente manera: de las 11 (100%) informaciones de la publicación, esta contiene, 5 notas informativas (45,5%), 2 breves (18,2%), 1 artículos de opinión (9,1), 1 reportaje (9,1%). Dentro del periódico se están presentes 21 imágenes que acompañan la información, de las cuales 12 son fotografía. En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 19,06%, y el 80,94% es texto.

## **N° 2 de Ejemplar del Periódico Tierra de Nadie – Febrero 2009**

Con un formato tabloide 29 cm x 39 cm; mancha: 25 cm x 35 cm; 8 páginas. La referencia de sus medidas, se toma con respecto a la página impar delimitada por margen superior (cabeza): 1,5 cm; margen inferior (pie): 1,5 cm; margen interno (lomo) 0,5 cm; margen externo (corte): 2cm. El equipo editorial está conformado por un coordinador general, un coordinador de fotografía, un diagramador, 7 integrantes del comité editorial, y 10 colaboradores.

La retícula del tipo flexible, conformada por 4 columnas de 5,8 cm y con un corondel de 0,6 cm. Con una retícula flexible, en las páginas 3 y 6, el texto se presenta a dos columnas. Las página 2 donde se encuentra el editorial y en la página 7, está a cuatro columnas, los créditos aparecen en la página 2 en una columna ubicada cerca del lomo. Las páginas 5, dispone el texto a tres columnas; la página 6 y 8, a tres columnas de texto, más una para identificación de la sección. Mientras que la página 7, el texto se presenta a cuatro columnas.

Se conserva el logo de la edición N° 0, en la cabecera. Sin embargo, hay una variante, los datos registrables: mes, año y n° de la publicación, y la frase: Publicación de la juventud Ucevista, aparecen en la parte inferior de la portada. Como es de distribución gratuita, no aparece precio. Su foliatura, contiene dónde se publica, cuándo se publica, n° de la publicación y nombre de la publicación, está ubicada en el extremo superior de las páginas internas, en las impares, lado izquierdo, y en las pares, lado derecho.

Sus secciones son: Editorial, Ellas, Reportaje, Literario, Entre estación, Encontrados y Cultura Urbana. Las secciones fueron colocadas en la parte superior centrado, y de manera horizontal. A pie de página: el número de página se mantiene igual, dentro de un recuadro y está acompañado con un elemento gráfico, dos líneas a lo largo de la página. La tipografía en los nombres de las secciones, son del tipo Egipcio, ITC Lubalin Graph (bold), a 54 puntos y los títulos de las informaciones, fuente ITC Lubalin Graph (bold), a 36 puntos. Los subtítulos y créditos: fuente arial, 18 puntos. En los textos: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos. En la sección Cultura Urbana, el título del artículo lo varían al tipo Casmira.

La paleta de colores, se distingue por: mantener el color del logo, verde, naranja y blanco. En los títulos de las secciones, algunos se colocan en azul, marrón, negro, fucsia o verde. Títulos de las informaciones en gris. En los recuadros, y fondos

se utilizaron el azul, rojo, naranja, fucsia, amarillo, verde, con distintos niveles de saturación.

La Portada está conformada por la cabecera y una foto principal aunque es diferente de la del N°1, ya que esta vez, la foto es pertinente al tema principal tratado en el reportaje principal de las páginas internas. El nombre del periódico queda así, ubicado en la parte superior de la página, centrado. Se le agregó la frase, “...sé responsable”, pertinente al tema tratado en esa edición. Y la contraportada, presenta informaciones sobre cultura, a través de la sección Cultura Urbana.

El estilo de las páginas tipo, se mantienen conformadas por dos notas por sección, cada una con su foto respectiva. El estilo de las páginas particulares, con un diseño libre, con diagramación flexible, que constan de varias columnas de información y opinión, que giran alrededor del tema de la sección. Además, de notas informativas, dispuestas horizontalmente en la página.

Los recursos gráficos y tipográficos, están presentes en la utilización, de líneas horizontales, colocadas sobre las notas principales y en la parte inferior a lo largo de toda la página. Además, los corondeles que aparecen para separar y demarcar dos notas continuas. También existen, recuadros para notas breves; fondos, para destacar las notas de apoyo o despieces, y para separar notas seguidas. Se incluyen, siluetas, para aportar tensión, sin interrumpir el texto. Empleo de recuadros que contienen títulos de los breves informativos. La publicación tiene fuerte presencia de fotografía, en recuadro y silueteada.

Sobre la unidad informativa, la publicación inicia en su primera página con la editorial y un recuadro con los créditos de la publicación (autoridades universitarias, equipo editorial, correo electrónico y créditos de edición). Presenta un reportaje principal de un tema actual y de interés; y el resto son informaciones generales pertinentes a las secciones y a la población estudiantil. Hay presencia de

despiece en el reportaje principal, y de notas, con un desarrollo corto; incluye breves, que no superan los 600 caracteres, con fotos pequeñas.

En cuanto a los títulos, se mantiene el del tipo de línea llena, donde una o más líneas que forman un bloque compacto y ocupan toda la justificación (anchura) del titular. Alineado a la izquierda. Variante de esta forma son las líneas centradas respecto a ambas márgenes. Debajo de los títulos se observan los subtítulos, su redacción directa e informativa, no pasa de dos o tres líneas. También hay presencia de sumarios, Y para finalizar, dentro de las informaciones, están ubicados intertítulos, que van separando las diferentes ideas plasmadas en cada párrafo para guiar al lector.

La presencia porcentual de las informaciones, está distribuida de la siguiente manera: de las 13 (100%) informaciones de la publicación, esta contiene, 6 notas informativas (46,2%), 2 breves (15,4%), 4 artículos de opinión (30,8%), 1 reportaje (7,7%). Dentro del periódico se están presentes 21 imágenes que acompañan la información, de las cuales 12 son fotografía. En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 17,89%, y el 82,10% es texto.

### **N° 3 de Ejemplar del Periódico Tierra de Nadie – Abril 2009**

Su formato tabloide, con medidas, 29 cm x 39 cm; su mancha: 26 cm x 36 cm, con 12 páginas. Las medidas de los márgenes de la página impar, como referencia, está delimitada por margen superior (cabeza): 1,5 cm; margen inferior (pie): 1,5 cm; margen interno (lomo) 0,5 cm; margen externo (corte): 1,5 cm. El equipo de trabajo sigue conformado por, un coordinador general, y un diseñador-digramador, 9 miembros del comité editorial, y 5 colaboradores.

La retícula del tipo flexible, está conformada por 4 columnas de 5,8 cm y con un corondel de 0,6 cm. Con una retícula flexible, en las páginas 4, y 8, el texto se presenta a dos columnas. A tres columnas se encuentran diagramas las páginas, 2, 3,

6, 7, 10, 11. A cuatro columnas se hallan las páginas, 9 y 5. El logotipo sufrió un cambio radical, quedando conformado por las mismas palabras, Tierra de nadie, una debajo de la otra, no se llegan a tocar, en color negro sobre un recuadro verde manzana, como parte de una composición hecha en la portada con la obra de arte ubicada en el Paraninfo de la UCV. Además, sigue presente en el logo la frase: ...tierra de todos. La palabra Tierra, trabajada con el tipo de fuente Copperplate Gothic Lig; y la palabra de nadie, con fuente del tipo Brush Script Std.

La Cabecera conformada por el nombre del periódico. No presenta los datos registrables: mes, año y n° de la publicación; y la frase: Publicación de la juventud Ucevista, fue suprimida. La foliatura, que contiene dónde se publica, cuándo se publica, n° de la publicación y nombre de la publicación; solo contiene el nombre de la publicación y el número de edición. La foliatura, en este número, está ubicada la parte inferior de la mancha, a pie de página junto a la numeración de la página.

Las secciones de este número son: Editorial, Entre estación, Ellas y Ellos, Recomendación Literaria, Portada, Rostros, Acción Social, Cultura urbana, Encontrados. Las secciones fueron colocadas en la parte superior, en línea horizontal, ubicadas en las páginas impares, justificada a la izquierda; y en las páginas pares, justificado a la derecha. A pie de página: el número de página se mantiene igual, dentro de un recuadro y está acompañado con un elemento gráfico, una línea a lo largo de la página.

La tipografía, en los nombres de las secciones con fuente Century Gothic, a 54 puntos y los títulos de las informaciones, fuente Century Gothic, a 36 puntos. Títulos y subtítulos, en fuente Century Gothic, 18 puntos. En los textos: fuente tipo Century Gothic, 14 puntos. La paleta de colores se distingue por, el logo en negro sobre fondo verde; en los títulos de las secciones, en blanco sobre fondo negro. Títulos de las informaciones en negro sobre fondo blanco. En los recuadros, y fondos

se utilizaron el negro, el gris, el verde, el rojo y el azul. Hay presencia de elementos gráficos como líneas en el sumario de color rojo.

La portada, está conformada por la cabecera y una foto principal aunque es diferente de la del N°2, ya que esta vez, la foto es pertinente al tema principal tratado en el reportaje principal de las páginas internas. El nombre del periódico sigue ubicado en la parte superior de la página y centrado. Se agrega un título referente al tema principal del reportaje desarrollado en el periódico. Se posiciona en la portada algunos títulos como llamado a las informaciones ubicadas en el interior. La portada, al igual que la contraportada, tiene la imagen compuesta por cuadros de colores, intercalados con blanco, que emula Los Vitrales, de Mateo Manaure, en el Paraninfo de la UCV<sup>86</sup>. En la contraportada se ubicó, una publicidad sobre el concurso de cortos Film Minuto, patrocinado por la ECS-UCV

El estilo de las páginas tipo, se mantienen el de los otros números editados; así que estas están conformadas por dos notas por sección, cada una con su foto respectiva. El estilo de las páginas particulares: con un diseño libre, con diagramación flexible, que constan de varias columnas de información y opinión, que giran alrededor del tema de la sección, con una sola información en la página. En estas páginas se integran, notas breves, dispuestas horizontalmente en la página.

En cuanto a los recursos gráficos y tipográficos, la mancha en fondo negro, presenta las informaciones enmarcadas en cuadros blancos con la tipografía en negro. También existen, recuadros para notas breves. Empleo de recuadros que contienen los breves informativos. La publicación tiene fuerte presencia de fotografía, en recuadro.

La unidad informativa, inicia en su primera página con la editorial y un recuadro con los créditos de la publicación (autoridades universitarias, equipo

---

<sup>86</sup> <http://ciudaduniversitariaucv.tumblr.com/page/16>

editorial, correo electrónico y créditos de edición), ubicado en una columna en la parte derecha de la mancha, cerca del lomo. Presenta un sumario, señalando las páginas donde se encuentran las informaciones.

En los títulos, se mantiene el del tipo de línea llena, donde una o más líneas que forman un bloque compacto y ocupan toda la justificación (anchura) del titular. Alineado a la izquierda. No hay subtítulos, ni sumarios, ni intertítulos. Pero, una variante en este periódico es la presencia de un recuadro con los logros de la ECS-UCV, ubicado en el cuadrante inferior derecho. Con un fondo gris, tipografía negra, con ubicación de logo de la escuela en parte superior izquierda. Así mismo, se encuentra ubicada la publicidad de un concurso, en la página 5, en el cuadrante inferior derecho de la mancha.

La presencia porcentual de las informaciones es así: de las 13 (100%) informaciones de la publicación, esta contiene, 7 notas informativas (53,9%), 1 breves (7,7%), 4 artículos de opinión (30,8%), 1 reportaje (7,7%), 2 crónicas (15,4%) Dentro del periódico se están presentes 20 imágenes que acompañan la información, de las cuales 12 son fotografía. En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 14,3%, y el 85,7% es texto.

#### **Nº 4 de Ejemplar del Periódico Tierra de Nadie – Junio 2009**

Su formato tabloide recortado, cambió sus medidas a 29 cm x 33 cm, con una mancha de 26,5 cm x 31 cm, y 16 páginas de información. Sus medidas referenciales están en la página impar delimitada por margen superior (cabeza): 1 cm; margen inferior (pie): 1 cm; margen interno (lomo) 0,5 cm; margen externo (corte): 1,5 cm. El equipo de trabajo aparece conformado por, un coordinador general, dos coordinadores de fotografía, dos coordinadores del portal electrónico, tres coordinadores de diseño y diagramación, y once colaboradores; todos integrantes de la ECS-UCV.

La retícula del tipo flexible, conformada por 5 columnas de 5 cm y con un corondel de 0,5 cm. En las páginas 2 y 12 la diagramación es a 4 columnas. El logotipo quedó igual que en la edición N°3. La cabecera, conformada por el nombre del periódico, no tiene los datos registrables: mes, año y n° de la publicación.

La foliatura, que contiene dónde se publica, cuándo se publica, n° de la publicación y nombre de la publicación; solo contiene el nombre de la publicación y el número de edición. La foliatura, en este número, está ubicada la parte superior de la mancha, junto a la numeración de la página, que también se ubica ahora en la parte superior.

Las secciones de este número son: Editorial, Entre estación, Ellas Acción Social, Reportaje, Encontrados, Recomendación Cinematográfica, Entre estaciones, Tema Central, Rostros, Tiempo Libre, Deportes, Música de acá, Reseña. Las secciones fueron colocadas en la parte superior, en línea horizontal, ubicadas en las páginas impares, justificada a la derecha; y en las páginas pares, justificado a la izquierda. El nombre de las secciones queda así ubicado, al lado del número de página que está dentro de un recuadro.

La tipografía de esta publicación, emplea en sus secciones, fuente Century Gothic, a 36 puntos; y los títulos de las informaciones, pasan por varios tipos de fuentes y de tamaños del tipo, entre Century Gothic y De Rotulación, tridimensional, caligráfica, sombreada, hueca, tamaño 36 puntos. Los antetítulos y subtítulos, en fuente Century Gothic, 18 puntos y 14 puntos. En los textos, fuente tipo Century Gothic, 12 puntos. Y en los títulos de los artículos se aplican varios tipos de fuentes como: Stencil STD, Ravie, Hollywood Hills, entre otras fuentes del tipo de rotulación. En tanto que, la paleta de colores se distingue por, el logo en negro sobre fondo verde. En los títulos de las secciones, en blanco sobre fondo negro. Títulos de las informaciones en negro sobre fondo blanco y donde la página tiene fondo negro el

titular está en color blanco. En los recuadros, y fondos se utilizaron el negro, naranja, y azul (en varias de sus gamas).

La portada está conformada por la cabecera y una foto principal, con una foto pertinente al tema central tratado en el reportaje principal de las páginas internas. El nombre del periódico se ubica en el extremo superior derecho de la portada. Se posiciona en la portada algunos títulos como llamado a las informaciones, ubicadas en el interior. Y se ha agregado el logo de la ECS-UCV en el extremo inferior derecho de la mancha. La mancha de la contraportada tiene color, con una publicidad sobre el concurso de cortos Film Minuto, patrocinado por la ECS-UCV.

El estilo de las páginas tipo, tienen como variante con respecto a otras ediciones, que las secciones presentan una sola nota informativa, con su foto respectiva. El estilo de las páginas particulares, con un diseño libre, y con diagramación flexible, constan de dos artículos de opinión, que giran alrededor del tema de la sección. Además, en los reportajes se ubican despieces, con datos que amplían la información presente en el texto.

Los recursos gráficos y tipográficos, se observan en las cuatro páginas en fondo negro, con la tipografía en blanco. La publicación tiene fuerte presencia de fotografía, en recuadro y silueteadas. Además, en una de las páginas se usa la foto como fondo del texto y cada uno de los artículos presenta la foto el autor de la información.

La unidad informativa inicia en su primera página con la editorial y un recuadro con los créditos de la publicación (autoridades universitarias, equipo editorial, correo electrónico y créditos de edición), ubicado en una columna en la parte derecha de la mancha, cerca del lomo. Presenta un sumario, señalando las páginas donde se encuentran las informaciones.

En cuanto a los títulos, se mantiene el del tipo de línea llena, donde una o más líneas que forman un bloque compacto y ocupan toda la justificación (anchura) del titular. Titular alineado a la izquierda y otros centrados en la parte superior. Presencia de antetítulos, subtítulos y sumario.

En esta edición del periódico es la presencia de un recuadro con los logros de la ECS-UCV, ubicado en el cuadrante inferior derecho, con un fondo azul, tipografía blanca, pero sin el logo de la escuela como estaba en el aviso anterior. En una de las páginas se ubicó una publicidad sobre un evento patrocinado por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

La presencia porcentual de las informaciones, se expone que: de las 14 (100%) informaciones de la publicación, esta contiene, 9 notas informativas (64,3%), 3 artículos de opinión (21,5%), 2 reportaje (14,3%), 2 crónicas (14,3%) Dentro del periódico se están presentes 55 imágenes que acompañan la información, de las cuales 38 son fotografía. En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 77%, y el 23% es texto.

#### **Nº 5 de Ejemplar del Periódico Tierra de Nadie – Noviembre 2009**

El formato tabloide recortado, mide 29 cm x 33 cm, su mancha: 26,5 x 31 cm, con 20 páginas. Con unas medidas de referencia de su página impar delimitada por margen superior (cabeza): 1 cm; margen inferior (pie): 1 cm; margen interno (lomo) 0,5 cm; margen externo (corte): 1,5 cm. El equipo de trabajo se presenta con un coordinador general, 4 coordinadores de fotografía, dos coordinadores del portal electrónico, 4 coordinadores de diseño y diagramación, y 7 colaboradores.

La retícula es del tipo flexible, conformada por 5 columnas de 4,5 cm y con un corondel de 0,5 cm. Por ser retícula flexible, en las páginas 3, 4, 10,11, 16, 18, y 20 hay una diagramación a 3 columnas. Mientras que las páginas 2, 6, 7, 8, presentan

4 columnas. A cinco columnas son diagramas todas las demás páginas de la publicación. El logotipo quedo igual que en la edición N°4.

La cabecera está conformada por el nombre del periódico. En este número, los datos registrables: periodicidad, mes, año y n° de la publicación, si aparecen en portada. En el caso de la foliatura, solo contiene el nombre de la publicación y el número de edición; y volvió a la parte inferior de la mancha, junto a la numeración de la página, que también regresó a la parte inferior.

Las secciones de esta edición son: Editorial, Oportunidades, Investigación, Portada, Acción Social, Entre Estaciones, Recomendaciones literarias, Actualidad, Cultura Urbana, Rastro deportivo, Movida Nocturna, Eventos, Talentos. Las secciones fueron colocadas en la parte superior, en línea horizontal, en algunas páginas está ubicado el nombre de la sección, justificad a la derecha; y en otras justificado a la izquierda, pero sin seguir un patrón o regla como en las ediciones anteriores. A diferencia del número anterior, el número de la página no está al lado de la sección, sino, que está ubicado en la parte inferior de la mancha, a pie de página, junto a la foliatura.

La tipografía de los nombres de las secciones es Century Gothic, a 36 puntos. Sin embargo, los títulos de las informaciones, tienen varios tipos de fuente y de tamaños a 36 puntos, de la familia Palo Seco, De Rotulación y Antigua. Los antetítulo y subtítulos, en fuente Century Gothic, 18 puntos y 14 puntos. En los textos: fuente tipo Century Gothic, 12 puntos. La paleta de colores: la aplicación cromática de este número se distingue por, el logo en negro sobre fondo verde, y la frase, "...tierra de todos", sobre recuadro blanco. En los títulos de las secciones, en blanco sobre fondo negro. Títulos de las informaciones en negro sobre fondo blanco y donde la página tiene fondo negro el titular está en color blanco. La tipografía de los títulos se caracteriza por ser del tipo De Rotulación (caligráfica, tridimensional, hueca, sombreada, entre otras), una de las tipografías más usada en los temas de

música y cultura urbana en esta edición es la Neón. En los recuadros, y fondos se utilizaron el negro, naranja, azul (en varias gamas), verde, rojo, y amarillo. Fuentes en las páginas 12 y 13, se agregó color a la fuente de los títulos de los artículos, en sus bordes, a uno se le agregó rojo y a otro el verde. En la página 16 el título aparece en marrón. Y en la 18, borde verde en la tipografía del título. Incluso uno de los sumarios presenta su fuente en verde.

La portada está conformada por la cabecera, con el logo ubicado en el extremo izquierdo de la página; y una foto principal, pertinente al tema central tratado en el reportaje principal de las páginas internas. Se posiciona en la portada algunos títulos, como llamado a las informaciones ubicadas en el interior. Y se ha agregado el logo de la ECS-UCV y de la Coordinación de Información de la UCV, en el extremo inferior izquierdo de la mancha. En la contraportada se cierra la publicación con un artículo de la sección de Talentos.

En las páginas tipo, como variante con respecto a otras ediciones, las secciones presentan una sola nota informativa, con su foto respectiva. El estilo de las páginas particulares, tienen un diseño libre, con diagramación flexible, con dos artículos de opinión, que giran alrededor del tema de la sección. Además, en algunas notas se ubican despieces, con datos que amplían la información presente en el texto.

Los recursos gráficos y tipográficos, están presentes en la fotografía, en recuadro y silueteadas. Además, en una de las páginas se usa la foto como fondo del texto y cada uno de los artículos presenta la foto el autor de la información. La página 9, presenta fondo negro y el texto es ubicado a través de recuadros de colores (amarillo, violeta, naranja, azul, y rosado), el título en tipografía color negro sobre un recuadro verde. Algunos títulos de artículos están sobre recuadro de color. Los despieces también están enmarcados con recuadros de color.

La publicación inicia en su primera página con la editorial y un recuadro con los créditos de la publicación (autoridades universitarias, equipo editorial, correo electrónico y créditos de edición), ubicado en una columna en la parte derecha de la mancha, cerca del lomo. Presenta un sumario, señalando las páginas donde se encuentran las informaciones. En cuanto a los títulos, se mantiene el del tipo de línea llena, donde una o más líneas que forman un bloque compacto y ocupan toda la justificación (anchura) del titular. Titular alineado a la izquierda y otros centrados en la parte superior. Presencia de antetítulos, subtítulos y sumario. En esta edición del periódico se suprime la presencia de un recuadro con los logros de la ECS-UCV. No hay presencia de publicidad de eventos.

La presencia porcentual de las informaciones se presenta así: de las 18 (100%) informaciones de la publicación, esta contiene, 11 notas informativas (61%), 1 artículo de opinión (5,5%), 5 reportajes (27,8%), 1 crónicas (5,5%), 1 entrevista (5,5%). Dentro del periódico se están presentes 70 imágenes que acompañan la información, de las cuales 54 son fotografía. En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 26,86%, y el 73,13% es texto.

## ANEXO N° 7

### ESTUDIO DE CONTENIDO DEL PERIÓDICO TIERRA DE NADIE

#### N° 0 del Periódico Tierra de Nadie

##### Criterios del análisis

- Géneros: Editorial, Notas informativas, opinión, reportaje informativo.
- Origen de los textos: Estudiantes, y profesores.
- Ámbito geográfico: universitario y nacionales (de Venezuela)
- Secciones: Editorial, Asesoría académica, Ciencia, sexo y salud, Tecnología, Oportunidades de empleo, Conoce tu universidad, Guía de rumbas, Cartelera de cine, Deportes, Música.

##### Estudio por unidad informativa

- 1° Sección: Editorial
- Género: opinión
- Fuente: alumna de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: 1/4 de página.
- N° de palabras contienen el titular: 13
- Fuente y tamaño:
  - titular; uso de entrecomillados, negrillas: familia tipo Palo Seco ITC Kabel, a 36 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos.
- Empleo de elementos gráficos
  - en el titular, como recuadros, sombreados: no.
  - en el texto: foto de dos estudiantes silueteada.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:

- La mancha total 9072 cm<sup>2</sup> / Las imágenes representan el 22,70%, y el 77,29% es texto (7.011,7 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del editorial abarca: 183,75 cm<sup>2</sup> = 2,02% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El título abarca: 26,25 cm<sup>2</sup> = 0,29% sobre el total del contenido impreso de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa una columna, 32 líneas, 2976 caracteres.
  - Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: No
  - Ubicación en la página de las informaciones: está ubicado en el cuadrante superior izquierdo de la pág. 2.
  - Estructura del mensaje presente en el encabezado (sujeto, verbo y predicado):  
Antetítulo: Nace una publicación para el joven Ucevista  
Título: Una tierra que si tiene dueño
  - Total de palabras en el texto: 480

Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
publicación	4	Tierra	2
Jove/jóvenes	10	Nadie	2
UCV(Universidad Central)	7	Academia/académico	2
ucevista	5	Nuestro/nuestra	3

Total de frases en el texto: 19

Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frasas (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una publicación dedicada a los jóvenes de la UCV</li> <li>• Debía ser algo que expresara el sentimiento joven que encierra las paredes de la UCV</li> <li>• Creemos que si un espacio reúne a más jóvenes ucevistas,...creemos que es nuestra Tierra de Nadie.</li> <li>• Joven: alma de la Universidad Central</li> <li>• Y por eso ofrecemos este esfuerzo editorial</li> <li>• El cual queremos dedicar a ti</li> <li>• Esta no es nuestra publicación sino la tuya.</li> <li>• Dedicamos por tanto este primer número a todo nuestro conglomerado estudiantil.</li> </ul>	<p>La frecuencia con la que aparecen las frases sobre la juventud Ucevista devela la orientación de la publicación hacia este público.</p>

## 2° Sección: Conoce tu Universidad

- Género: reportaje informativo
- Fuente: alumno de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: una de las páginas centrales (pág. 7)
- N° de palabras contienen el titular: 6
- Fuente y tamaño:
  - En el titular; uso de entrecomillados, negrillas: Palo Seco ITC Kabel, a 36 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos.
- Empleo de elementos gráficos:
  - en el titular, como recuadros, sombreados: no presenta.
  - en el texto: se integra el texto con una fotografía del reloj y la plaza del Rectorado. Además, un dibujo de la antigua sede de la UCV, círculos cumpliendo la función de viñetas, un despiece con datos de interés y una foto (un mundo entre dos manos)
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 9072 cm<sup>2</sup> / Las imágenes representan el 22,70%, y el 77,29% es texto (7.011,7 cm<sup>2</sup>)

- El texto del reportaje abarca: 528,5 cm<sup>2</sup> = 1,42% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El titular abarca: 67,5 cm<sup>2</sup> = 0,96% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa 1 columna, 38 líneas, 4674 caracteres.
  - Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: no
  - Estructura del mensaje presente en el encabezado:

Antetítulo: Fundida con su gente la UCV siempre ha sido la Universidad del Pueblo. El estudiante Ucevista es por definición patriota, comprometido y alegre. Su espíritu de protesta ha dirigido los destinos de la nación, no sólo en épocas recientes sino desde los orígenes mismos de la república, la UCV es y será siempre, la casa de todos...

Título: Nace Real...la Universidad del Pueblo

- Total de palabras en el texto: 798 palabras.
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
UCV	9	ciudad	1
universidad	6	Caracas	2
pontificia	2	artes	2
Real	2	República/republicano	2
Institución/instituciones	2	arte	2
ciencias	2	facultades	2
nación	4	conocimiento	2
Villanueva	3	espíritu	2
lucha	2		

Total de frases en el texto: 24

Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La UCV nació real pero con sangre de pueblo.</li> <li>• En sus orígenes la UCV tenía apenas las siguientes Facultades:...</li> <li>• Durante estos primeros años la UCV tuvo un período de gracia.</li> <li>• ...fueron muchas las veces que la Central sufrió intervenida o aplastada por la bota verde del militarazgo salvaje que forjó los comienzos de nuestra nación.</li> <li>• ...este proyecto será pronto acompasado por uno de los momentos de mayor desarrollo para las artes que ha experimentado nuestra nación.</li> <li>• La UCV ha sido el termómetro de este país.</li> <li>• Catalizadora de grandes cambios y mechero de la revolución.</li> <li>• ...no ha dejado de luchar por los derechos del hombre y la libertad.</li> <li>• ...en sus patios se reunía “la cosiota” y otras instituciones subversivas de mayor o menor índole.</li> <li>• ...el espíritu noble de las Ciencias, espíritu de debate y lucha que no tolera imposiciones, se sublevó con fuerza...</li> <li>• ...protestas estudiantiles y profesoriales terminaron en la clausura por 10 años de la UCV.</li> </ul>	<p>Las frases que se repiten con frecuencia son aquellas que reflejan la esencia originaria de la UCV y cómo iba de la mano con el país.</p> <p>Otras frases usadas estuvieron orientadas a mostrar el espíritu de lucha rebeldía de la universidad.</p> <p>El reportaje refleja la orientación periodística del periódico, que es hacia la exaltación de la Universidad.</p>

## Nº 1 del Periódico Tierra de Nadie

### Criterios del análisis

- Géneros: Editorial, Notas informativas, crónicas, opinión, reportaje informativo.
- Origen de los textos: Estudiantes, y profesores.
- Ámbito geográfico: universitario y nacionales (de Venezuela)
- Secciones: Editorial, Ellas, Reportaje, Literario, Entre estación, Encontrados y Cultura Urbana.

### Estudio por unidad informativa

- 1º Sección: Editorial
- Género: opinión
- Fuente: alumna de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV

- Espacio que ocupa: 1/4 de página.
- N° de palabras contienen el titular: 7
- Fuente y tamaño:
  - titular: familia tipo Antiguo, Times New Roman, a 14 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos.
- Empleo de elementos gráficos
  - en el titular, como recuadros, sombreados: no.
  - en el texto: foto del autor del editorial.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 7000 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 19,06%, y el 80,94% es texto (5616 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del editorial abarca: 145 cm<sup>2</sup> = 2,6% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El título abarca: 5,5 cm<sup>2</sup> = 0,09% sobre el total del contenido impreso de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa una columna, 37 líneas, 1517 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: No
- Ubicación en la página de las informaciones: está ubicado en el cuadrante superior izquierdo de la pág. 2.
- Estructura del mensaje presente en el encabezado  
Título: Abrir caminos para reafirmar la consciencia Ucevista.
- Total de palabras en el texto: 333
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
UCV	3	libertad	3
ucevista	2	expresión	4
estudiantes	2		

- Total de frases en el texto: 8
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>•...ampliar los espacios de libre expresión.</li> <li>•un magnifico proyecto que propiciará la libre participación de los estudiantes.</li> <li>•...la UCV siga siendo, un espacio abierto donde el pensamiento crítico y la libertad, puedan expresarse sin temores ni intimidaciones.</li> </ul>	<p>Las frases que más se repiten son las que reflejan el objetivo de la publicación como órgano de la libre expresión de los estudiantes de la UCV.</p>

## 2° Sección: Portada

- Género: reportaje informativo
- Fuente: alumno de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: las dos páginas centrales (pág. 4 y 5)
- N° de palabras contienen el titular: 5
- Fuente y tamaño:
  - En el titular: ITC Lubalin Graph (bold), a 36 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos.
- Empleo de elementos gráficos:
  - en el titular, como recuadros, sombreados: no presenta.
  - en el texto: uso de Letra capital al iniciar el texto. Presencia de una foto en recuadro en la parte izquierda de la página 4; y otra silueteada en la parte inferior derecha, en la pág. 5.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 7000 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 19,06%, y el 80,94% es texto (5616 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del reportaje abarca: 822,5 cm<sup>2</sup> = 14,65% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.

- El titular abarca:  $210 \text{ cm}^2 = 3,74\%$  sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa 4 columnas, 58 líneas, 2436 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: no
- Estructura del mensaje presente en el encabezado:  
Título: Momentos del movimiento estudiantil venezolano
- Total de palabras en el texto: 580 palabras.
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
estudiantes	11	universitarios	4
juventud	8	Venezuela/venezolano(a)	5
partidos	2	UCV	4
política	2	protesta	3
movimiento	2		

- Total de frases en el texto: 40
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin escuchar la voz de protesta de un movimiento estudiantil organizado en Venezuela.</li> <li>• Un nuevo camino para la consolidación de un movimiento estudiantil.</li> <li>• ...el papel jugado por las juventudes partidistas.</li> <li>• El protagonismo asumido por miles de estudiantes universitarios.</li> <li>• Jóvenes de los cuatro partidos políticos lideran una huelga universitaria.</li> <li>• Dirigentes universitarios fueron liberados de prisión y levantados en hombros por la sociedad venezolana.</li> <li>•</li> </ul>	Las frases que más se repiten en el texto son las que hacen referencia al movimiento estudiantil y su activismo político.

## N° 2 del Periódico Tierra de Nadie

### Criterios del análisis

- Géneros: Editorial, Notas informativas, crónicas, opinión, reportaje informativo.
- Origen de los textos: Estudiantes, y profesores.
- Ámbito geográfico: universitario y nacionales (de Venezuela)
- Secciones: Editorial, Ellas, Reportaje, Literario, Entre estación, Encontrados y Cultura Urbana.

### Estudio por unidad informativa

- 1° Sección: Editorial
- Género: opinión
- Fuente: alumna de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: 1/2 de página.
- N° de palabras contienen el titular: 1
- Fuente y tamaño:
  - titular: ITC Lubalin Graph (bold), a 18 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos.
- Empleo de elementos gráficos
  - en el titular, como recuadros, sombreados: no.
  - en el texto: foto del autor del editorial y una línea horizontal que acompaña la palabra editorial.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 7000 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 19,06%, y el 80,94% es texto (5616 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del editorial abarca: 191,4 cm<sup>2</sup> = 3,4% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.

- El título abarca:  $34,8 \text{ cm}^2 = 0,62\%$  sobre el total del contenido impreso de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa tres columnas, 56 líneas, 2240 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: No
- Ubicación en la página de las informaciones: está ubicado en el cuadrante superior izquierdo de la pág. 2.
- Estructura del mensaje presente en el encabezado  
Título: Editorial
- Total de palabras en el texto: 448
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
transito	2	aprendizaje	5
responsabilidad	3	universitaria	2
personal	2		

- Total de frases en el texto: 8
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>•El tránsito desde los inicios de la vida universitaria hasta su culminación...</li> <li>•...el tránsito desde la juventud temprana hacia la adultez.</li> <li>•Una búsqueda personal que implica un aprendizaje.</li> <li>•...asumir la responsabilidad de la propia vida.</li> <li>•...cada quien y cada cual debe estar en capacidad de hacerse responsable.</li> </ul>	<p>Las frases más comunes en el texto fueron las relacionadas con el aprendizaje, la juventud y la responsabilidad.</p> <p>El editorial se paseó por lo que implica el ser joven para luego relacionarlo con el tema central de la publicación sobre la educación sexual</p>

## 2° Sección: Portada

- Género: reportaje informativo

- Fuente: alumno de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: una de las páginas centrales (pág. 4)
- N° de palabras contienen el titular: 10
- Fuente y tamaño:
  - En el titular: ITC Lubalin Graph (bold), a 36 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Arial Narrow, 9,5 puntos.
- Empleo de elementos gráficos:
  - en el titular, como recuadros, sombreados: no presenta.
  - en el texto: tres despieces, uno ofrece datos porcentuales la información, otro expone la opinión de varios alumnos y otro amplía la información del texto.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 7000 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 19,06%, y el 80,94% es texto (5616 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del reportaje abarca: 310 cm<sup>2</sup> = 5,52% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El titular abarca: 125 cm<sup>2</sup> = 2,22% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa 3 columnas, 109 líneas, 3379 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: Si, con la frase: ...se responsable.
- Estructura del mensaje presente en el encabezado:
 

Título: UCV debe incrementar esfuerzos en pro de la Educación Sexual
- Total de palabras en el texto: 545 palabras.
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
UCV	2	ucevistas	2
universidad	3	estudiantes	3
ETS(Enfermedades de Transmisión Sexual)	4	educación	3
OBE	4	responsabilidad	3
sexual	6		

- Total de frases en el texto: 15
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>•...se intentaba determinar cuáles eran los programas y proyectos ejecutados por la universidad para afrontar el tema de las ETS.</li> <li>•...durante la semana del estudiante, donde el tema fuerte es la prevención de ETS.</li> <li>•La comunidad universitaria debe erigirse como objeto y sujeto en la promoción de la educación sexual.</li> </ul>	Las frases que fueron más frecuentes en el texto estuvieron orientadas al tema de la educación sexual, de la mano de la población universitaria de la UCV; tema propuesto como el principal a tocar en esta publicación, anunciado en portada y en el editorial.

### N° 3 del Periódico Tierra de Nadie

#### Criterios del análisis

- Géneros: Editorial, Crónica, Nota informativa, opinión, reportaje informativo.
- Origen de los textos: Estudiantes, y profesores.
- Ámbito geográfico: universitario y nacionales (de Venezuela)
- Secciones: Editorial, Entre estación, Ellas y Ellos, Recomendación Literaria, Portada, Rostros, Acción Social, Cultura urbana, Encontrados.

#### Estudio por unidad informativa

- 1° Sección: Editorial
- Género: opinión

- Fuente: profesora de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: 1/4 de página.
- N° de palabras contienen el titular: 3
- Fuente y tamaño:
  - del titular; uso de entrecomillados, negrillas: familia tipo Palo Seco Century Gothic, a 36 puntos, en negrillas.
  - del texto: Century Gothic 9,5
- Empleo de elementos gráficos
  - en el titular: no.
  - en el texto: foto de la profesora autora del editorial.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - Su mancha: 26 cm x 36 cm, con 12 páginas. La mancha total 11232 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, las imágenes representan el 14,3%, y el 85,7% es texto. (9625 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del editorial abarca: 332,5 cm<sup>2</sup> = 3,45% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El título abarca: 35 cm<sup>2</sup> = 0,36% sobre el total del contenido impreso de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa dos columnas, 72 líneas, 3312 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: No
- Ubicación en la página de las informaciones: está ubicado en el cuadrante superior izquierdo de la pág. 2.
- Estructura del mensaje presente en el encabezado:  
Título: Estado de sitio
- Total de palabras en el texto: 504
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia
miedo	22
conducta	2
vive	2
Caracas/Caraqueño	2

- Total de frases en el texto: 19
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cualquiera sin ser experto, podría hablar del miedo.</li> <li>•Podríamos convenir es la respuesta sensible ante una situación desconocida...</li> <li>•Y quien no ha sentido miedo alguna vez...</li> <li>•El asunto en todo caso, no es sentir miedo o no sentirlo...</li> <li>•El asunto es cuándo, cómo, cuánto, dónde y qué clase de miedo debemos sentir.</li> <li>•Nos interesa el otro mido, el miedo inducido, el miedo impuesto, el miedo por hábito, el miedo por costumbre...el miedo hasta por si acaso.</li> <li>• El tema de la inseguridad muy vinculado con el miedo.</li> <li>•El miedo signa, determina y moldea nuestra conducta.</li> <li>•En qué momento comenzamos a sentir miedo.</li> <li>•Y aunque el miedo es libre...no puede ser libre quien solo vive para temer.</li> </ul>	<p>Las frases que más se repiten en el texto son las relacionadas con la palabra miedo, que tiene que ver con el tema que se toca en la portada del periódico, y que es el tema central de la publicación: La inseguridad Capital. Esta frase está escrita en forma vertical en la portada en el cuadrante inferior izquierdo.</p> <p>Sin embargo, no se nombra a la universidad, que podría ser un vínculo con la temática. El tema se aborda como un tema nacional y de la comunidad caraqueña que es donde está ubicada la UCV. Así, que el tema busca vincularse con el entorno.</p>

## 2° Sección: Portada

- Género: reportaje informativo
- Fuente: alumno de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: las dos páginas centrales (pág. 6 y 7)
- N° de palabras contienen el titular: 5
- Fuente y tamaño:

- del titular; uso de entrecomillados, negrillas: Palo Seco Century Gothic, a 36 puntos, en negrillas.
  - del texto: Century Gothic 14 puntos.
- Empleo de elementos gráficos en el titular, como recuadros, sombreados: no presenta.
  - Empleo de elementos gráficos en el texto: se coloca antes del texto una foto en plano abierto de la Universidad, la mirada subjetiva del fotógrafo viene del edificio de la Biblioteca Central. Existen tres despieces, uno de ellos, contiene un dibujo de un hombre de seguridad con un signo de interrogación.
  - Su mancha: 26 cm x 36 cm, con 12 páginas. La mancha total 11232 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, las imágenes representan el 14,3%, y el 85,7% es texto. (9625 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del reportaje: 827,5 cm<sup>2</sup> = 8,6% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El título abarca: 91 cm<sup>2</sup> = 0,95% sobre el total del contenido impreso de texto presente en el periódico.
  - La disposición de esos mensajes: el mensaje está a tres columnas, 192 líneas, 6528 caracteres.
  - Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: no
  - Estructura del mensaje presente en el encabezado:  
Antetítulo: La realidad extramuro se impone en el recinto universitario  
Título: La inseguridad penetra la UCV
  - Total de palabras en el texto: 1152 palabras.
  - Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
Universidad/Universitarias	6	inseguridad	3
UCV	6	Dirección	4
autoridades	2	ciudad	3
seguridad	8	ciudadanos	3

formación	2	robo	2
delitos	2		

- Total de frases en el texto: 45
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

<b>Frases (relación entre las palabras)</b>	<b>Frecuencia</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se les brinda una excelente seguridad a las más de 50.000 mil personas que hacen vida dentro del recinto.</li> <li>• ...se está viendo el tema de la seguridad dentro de una perspectiva que en el fondo no queda muy clara.</li> <li>• La UCV no desmaya en seguir trabajando para disminuir la inseguridad y así garantizar a los ciudadanos un lugar más seguro.</li> <li>• Fomentar el desarrollo de una política de seguridad integral.</li> <li>• La creación de un cuerpo de voluntariado de seguridad compuesto por estudiantes y profesores.</li> <li>• La creación de un diplomado en seguridad ciudadana.</li> <li>• ..pero la gente debe involucrarse en el trabajo que desde la Dirección de Seguridad se está desarrollando.</li> </ul>	<p>Las frases que más aparecieron en el texto, fueron las relacionadas a la búsqueda de la seguridad de la población universitaria.</p> <p>Más que enfocarse más en la solución que en el problema, ya que en el texto se repitió con mayor frecuencia el término seguridad y no tanto el de inseguridad.</p>

#### **N°4 del Periódico Tierra de Nadie**

##### Criterios del análisis

- Géneros: Editorial, Notas informativas, crónicas, opinión, reportaje informativo.
- Origen de los textos: Estudiantes, y profesores.
- Ámbito geográfico: universitario y nacionales (de Venezuela)
- Secciones: Editorial, Entre estación, Ellas Acción Social, Reportaje, Encontrados, Recomendación Cinematográfica, Entre estaciones, Tema Central, Rostros, Tiempo Libre, Deportes, Música de acá, Reseña.

##### Estudio por unidad informativa

- 1° Sección: Editorial
- Género: opinión
- Fuente: alumna de la ECS-UCV

- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: 1/2 de página.
- N° de palabras contienen el titular: 3
- Fuente y tamaño:
  - titular: Century Gothic a 36 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Century Gothic, 12 puntos.
- Empleo de elementos gráficos
  - en el titular, como recuadros, sombreados: si, el titular en negro, se encuentra dentro de un recuadro azul celeste.
  - en el texto: foto del autor del editorial y el texto en negro está sobre un recuadro naranja.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 7000 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 19,06%, y el 80,94% es texto (5616 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del editorial abarca: 223,2 cm<sup>2</sup> = 4% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El título abarca: 31 cm<sup>2</sup> = 0,55% sobre el total del contenido impreso de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa tres columnas, 111 líneas, 2886 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: No
- Ubicación en la página de las informaciones: está ubicado en el cuadrante superior izquierdo de la pág. 2.
- Estructura del mensaje presente en el encabezado  
Título: Editorial
- Total de palabras en el texto: 402
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
cine	5	venezolana	1
país	4	Venezuela	2
película	3	nacional	4
cinematografía	1	producción	2

- Total de frases en el texto: 28
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué hacer para reivindicar el cine nacional?</li> <li>• ...el asunto de enamorarse de la cinematografía venezolana.</li> <li>• ...si son películas nuestras hay que apoyarlas.</li> <li>• Una reivindicación del cine nacional.</li> <li>• Las producciones que se hacen en el país no pueden ser vistas desde el cristal de Hollywood.</li> <li>• ...en Venezuela se hace el cine bajo una óptica propia.</li> <li>• Es importante repensar el cine nacional, admitir sus fallas y valorar sus aciertos.</li> </ul>	<p>Las frases que se encuentran con mayor frecuencia en el texto son las orientadas a la revalorización del cine nacional.</p> <p>Desde la opinión de la autora del editorial se hace la introducción del tema central de esta edición.</p>

## 2° Sección: Tema Central

- Género: reportaje informativo
- Fuente: alumno de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: páginas centrales (pág. 8 y 9)
- N° de palabras contienen el titular: 12
- Fuente y tamaño:
  - En el titular:
    - Antetítulo: arial 14 puntos
    - Título: Space Bd BT a 48 puntos, en negrillas.
  - En el texto: fuente tipo Century Gothic, 12 puntos.
- Empleo de elementos gráficos:
  - en el titular: el título presenta borde blanco y negro.

- en el texto: hay un despiece que amplía una parte de la información con datos puntuales; está presente la foto de la autora del reportaje; se presenta una imagen y una foto silueteada.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 7000 cm<sup>2</sup> / En relación con la superficie impresa, la imagen representa el 19,06%, y el 80,94% es texto (5616 cm<sup>2</sup>)
  - El texto del reportaje abarca: 475,2 cm<sup>2</sup> = 8,46% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El titular abarca: 80 cm<sup>2</sup> = 1,42% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa 8 columnas, 231 líneas, 5313 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: Si, con la frase: “Esperanza del cine venezolano”
- Estructura del mensaje presente en el encabezado:
 

Antetítulo: El cineasta venezolano debe armarse de paciencia

Título: Esperanzas de la claqueta criolla
- Total de palabras en el texto: 924 palabras.
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

<b>Palabras</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Palabras</b>	<b>Frecuencia</b>
proyecto	5	venezolano	6
fílmico	5	nacional	2
pantalla	2	escena	2
audiovisual	6	cine	7
producción	3	cinematografía	2
paciencia	2		

- Total de frases en el texto: 35
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

Frases (relación entre las palabras)	Frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>•...si no se poseen los recursos financieros para autogestionarse la pieza audiovisual, hay que apelar a la paciencia.</li> <li>• Hay mucha gente que dice que el cine venezolano es de puro malandro y droga.</li> <li>• retos debe asumir un cineasta para realizar su proyecto audiovisual dentro de las fronteras venezolanas</li> </ul>	<p>Las frases que más frecuentemente se encontraron en el texto, son las que hacen referencia a los obstáculos presentes al hacer cine venezolano.</p>

## N° 5 del Periódico Tierra de Nadie

### Criterios del análisis

- Géneros: Editorial, Notas informativas, reportajes, entrevistas, crónicas, opinión.
- Origen de los textos: Estudiantes, y profesores.
- Ámbito geográfico: universitario y nacionales (de Venezuela)
- Secciones: Editorial, Oportunidades, Investigación, Portada, Acción Social, Entre Estaciones, Recomendaciones literarias, Actualidad, Cultura Urbana, Rastro deportivo, Movida Nocturna, Eventos, Talentos.

### Estudio por unidad informativa

#### 1° Sección: Editorial

- Género: opinión
- Fuente: alumna de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: ¼ de página.
- N° de palabras contienen el titular: 1
- Fuente y tamaño
  - del titular: fuente Century Gothic, 36 puntos, en negrillas.
  - Del texto: Century Gothic, 12 puntos.
- Empleo de elementos gráficos

- en el titular, como recuadros, sombreados: recuadro en el título y en el nombre del autor.
  - en el texto: Se presenta una foto de la estudiante de cuya autoría es el editorial.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
    - La mancha total 16430 cm<sup>2</sup> / De la superficie impresa, la imagen representa el 26,86%, y el 73,13% es texto (12.015,259 cm<sup>2</sup>).
    - El texto del editorial abarca: 230,4 cm<sup>2</sup> = 0,83% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
    - El título abarca: 5,75 cm<sup>2</sup> = 0,05% sobre el total del contenido impreso de texto presente en el periódico.
  - La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa tres columnas, 105 líneas, 2730 caracteres.
  - Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: No
  - Ubicación en la página de las informaciones: está ubicado en el cuadrante superior izquierdo de la pág. 2.
  - Estructura del mensaje presente en el encabezado:  
Título: Editorial
  - Total de palabras en el texto: 420
  - Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
páginas	4	ciudad	2
escuela	6	universitaria	2
estudiantes	4	tierra	2
ECS	3	cultura	2
Comunicación	1	Dedican/dedicamos	2
Social	1	discusión	3
número	4	ciudad	2

nuestro (a)	4	universitaria	2
nadie	2		

- Total de frases en el texto: 24
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

<b>Frases (relación entre las palabras)</b>	<b>Frecuencia</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•La infinita discusión que podemos generar a partir de ello.</li> <li>•...para la discusión de los temas políticos que suelen crear visiones opuestas en el país.</li> <li>•Demostrar con cada sucesión de páginas que nos apasionan los temas que se suscitan en nuestra Ciudad Universitaria.</li> <li>•Le dedicamos las páginas centrales de esta edición a la aún poco entendida etiqueta que llevamos: Patrimonio Cultural de la Humanidad.</li> <li>• A diario, configuramos la cultura Ucevista.</li> <li>•Le damos especial espacio a la Escuela de Comunicación Social (ECS).</li> <li>•Le dedican un espacio testimonial en homenaje a la escuela que los formó.</li> <li>•Tierra de Nadie pretende, una vez más, demostrar con cada sucesión...</li> <li>•...dejamos en sus manos una edición más de Tierra de Nadie...</li> <li>•Subrayamos la labor de la Fundación Siembra de Venezuela.</li> </ul>	<p>La mayor frecuencia de frases se observó en aquellas que transmitían una invitación al debate de ideas.</p> <p>Además, las frases denotan preferencia por los temas de la universidad y de la ECS.</p> <p>Se repiten frases con el nombre de la publicación al principio y al final del editorial.</p> <p>Dentro de los temas extramuros a la universidad, focaliza la atención sobre el tema del bienestar de la comunidad.</p>

## 2° Sección: Portada

- Género: reportaje
- Fuente: alumno de la ECS-UCV
- Ámbito geográfico: UCV
- Espacio que ocupa: páginas centrales (pág. 10 y 11)
- N° de palabras contienen el titular: 16
- Fuente y tamaño del titular:
  - Antetítulo: uso de entrecomillados, negrillas: en el antetítulo, fuente Century Gothic 18 pts., en negrillas.
  - Y en título, fuente tipo ITC Lubalin Graph, 36 pts.
  - Texto: Century Gothic, 12 puntos.
- Empleo de elementos gráficos en el titular: no presenta.

- Empleo de elementos gráficos en el texto: se integra el texto con fotografías emblemáticas de la universidad (reloj y murales), así como un mapa de la ciudad universitaria. Además, se emplea el recurso del despiece para ampliar la información del texto.
- Los espacios que ocupan (centímetros cuadrados) sobre el total del contenido:
  - La mancha total 16430 cm<sup>2</sup> / De la superficie impresa, la imagen representa el 26,86%, y el 73,13% es texto (12.015,259 cm<sup>2</sup>).
  - El texto del reportaje abarca: 865 cm<sup>2</sup> = 7,2% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
  - El titular abarca: 121,36 cm<sup>2</sup> = 1,01% sobre el total del contenido de texto presente en el periódico.
- La disposición de esos mensajes: el mensaje ocupa 4 columnas, 147 líneas, 5145 caracteres.
- Tiene llamado a páginas interiores, en la portada: si y es titulada de la siguiente manera: Diatribas sobre el patrimonio UCV. (Llamado distribuido en 3 líneas, con fuente Century Gothic, negritas, 36 pts. Ubicado en el cuadrante inferior derecho)
- Estructura del mensaje presente en el encabezado (sujeto, verbo y predicado):  
Antetítulo: El COPRED y la Dirección de Mantenimiento lo resguardan.  
Título: Ciudad Universitaria: ¿Patrimonio Mundial pero no Ucevista?
- Total de palabras en el texto: 1422 palabras.
- Palabras que más se repitieron / Frecuencia de aparición de cada una:

<b>Palabras</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Palabras</b>	<b>Frecuencia</b>
ciudad	4	UNESCO	2
universitaria	6	dirección	4
patrimonio	11	Mural	2
mundial	4	autoridades	
cultural	6	Mantenerse/mantenimiento	4
COPRED	7	ucevista	2

universidad	3	ignorancia	2
obras	2	reconocimiento	2
arte	2	conocimiento	2
facultades	2		

- Total de frases en el texto: 24
- Frases claves o que más se repitieron / relación con frecuencia:

<b>Frases (relación entre las palabras)</b>	<b>Frecuencia</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué nos sirve ser Patrimonio Cultural de la Humanidad?</li> <li>• Plan vigía del patrimonio.</li> <li>• La institución que vela por la preservación del patrimonio cultural universitario es el COPRED.</li> <li>• ...las personas descubren que la UNESCO no le da dinero al COPRED.</li> <li>• El COPRED es una institución joven.</li> <li>• Las obras de arte hablan de sus autores, introducen en el conocimiento.</li> <li>• No reaccionar desde la ignorancia sino desde el conocimiento.</li> <li>• Una de las frases usadas con mayor frecuencia en discursos de autoridades ucevistas es "AUTONOMÍA".</li> <li>• ...mantener nuestra universidad no debería depender de otros.</li> </ul>	<p>Las frases con mayor frecuencia de aparición son las que expresan las interrogantes de la comunidad universitaria sobre la condición de Patrimonio Cultural de la Humanidad.</p> <p>Expone y describe además, el papel del COPRED.</p> <p>Señala el desconocimiento de la situación y busca que todos se involucren en el tema.</p> <p>Y en una de las frases al colocar la palabra autonomía entrecomillada y en altas, refleja el apoyo a tal precepto universitario.</p>

## ANEXO N° 8

### TABULACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS

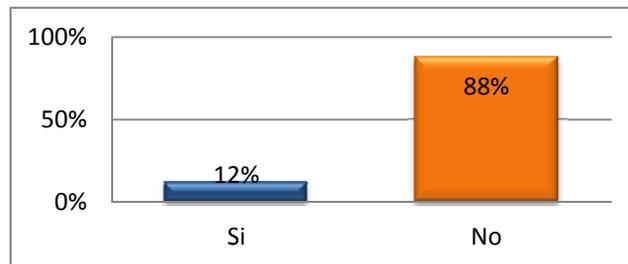
Encuesta Tipo 1

Pregunta N° 1 – Cerrada

- ¿Ud. Ha leído el periódico Tierra de Nadie?

Resultados:

Si	No
12	88



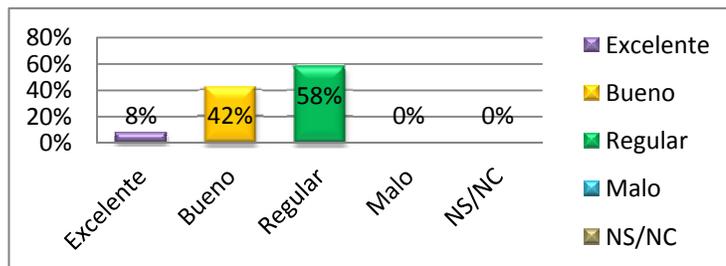
Sección I      Sobre su imagen gráfica, forma, estructura

Pregunta N° 2 – Cerrada

El formato o tamaño le parece:

Resultados:

Excelente	Bueno	Regular	Malo	NS /NC
1	5	7	0	0

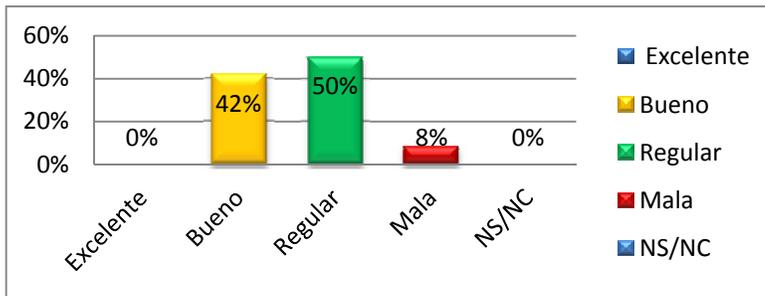


Pregunta N° 3 – Cerrada

La impresión del periódico le parece:

Resultados:

Excelente	Bueno	Regular	Mala	NS/NC
0	5	6	1	0

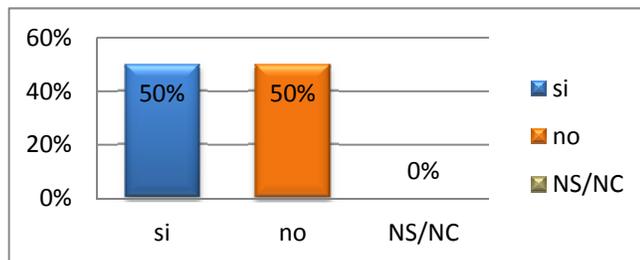


Pregunta N° 4 - Cerrada

¿El logotipo es fácil de identificar?

Resultados:

si	no	NS/NC
6	6	0

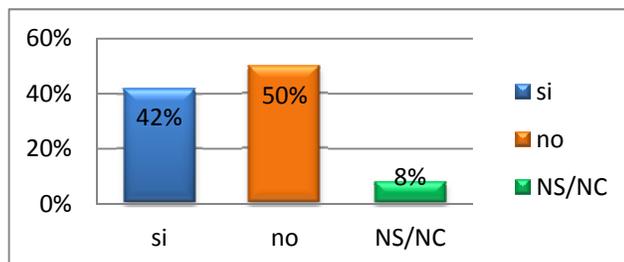


Pregunta N° 5 – Cerrada

¿La portada capta la atención?

Resultados:

si	no	NS/NC
5	6	1

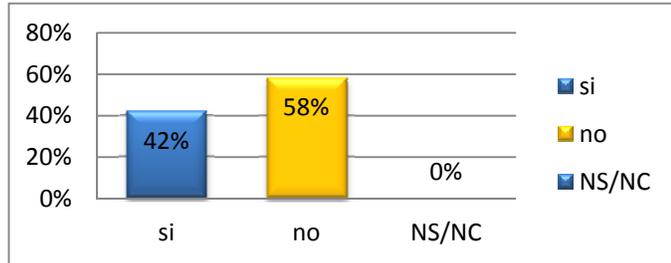


Pregunta N° 6 – Cerrada

¿Le gusta el tipo de letra de los títulos y textos?

Resultados:

si	no	NS/NC
5	7	0

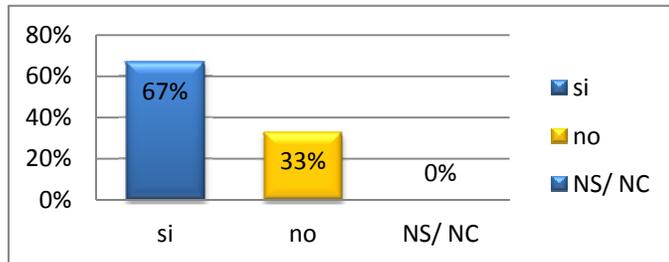


Pregunta N° 7 – Cerrada

¿Las letras son fáciles de leer?

Resultados:

si	no	NS/NC
8	4	0

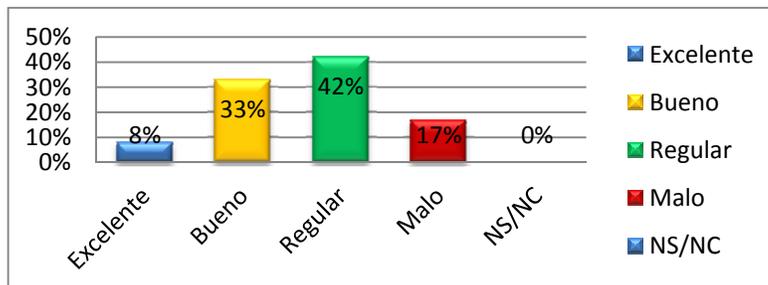


Pregunta N° 8 – Cerrada

Considera que la forma cómo se presentan las informaciones: sus títulos, textos e imágenes es:

Resultados:

Excelente	Bueno	Regular	Malo	NS/NC
1	4	5	2	0

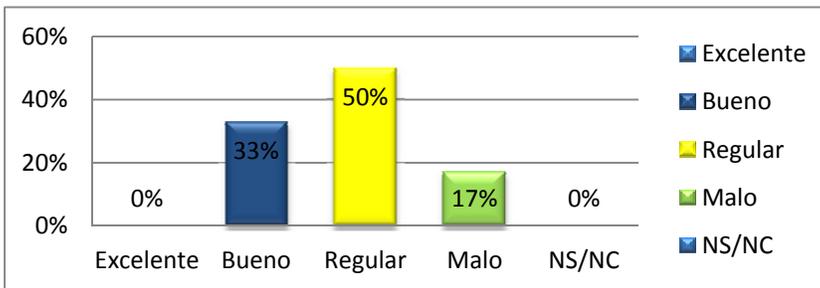


Pregunta N° 9 – Cerrada

Usted considera que el diseño del periódico es:

Resultados:

Excelente	Bueno	Regular	Malo	NS/NC
0	4	6	2	0

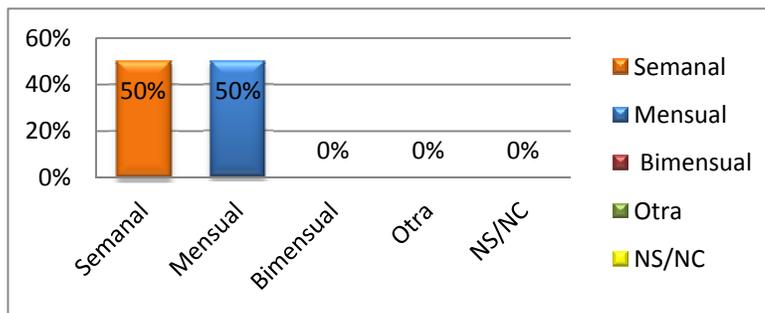


Pregunta N° 10 – Cerrada

La periodicidad del periódico debería ser:

Resultados:

Semanal	Mensual	Bimensual	Otra (Indique)	NS/NC
6	6	0	0	0



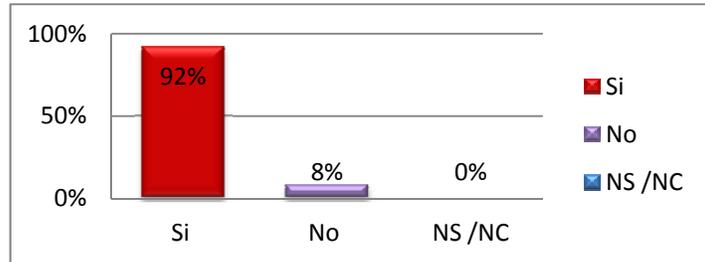
Sección II: Sobre su contenido.

Pregunta N° 11 – Cerrada

¿Las informaciones son interesantes?

Resultados:

Si	No	NS/NC
11	1	0

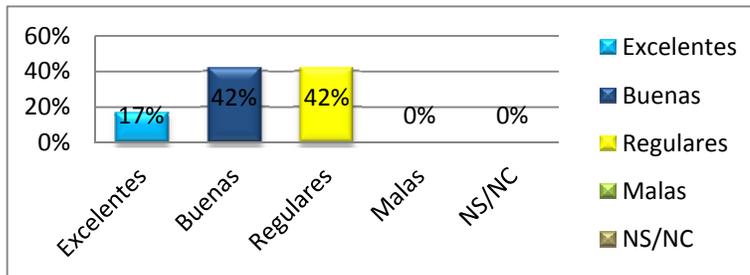


Pregunta N° 12 – Cerrada

Las secciones del periódico le parecen:

Resultados:

Excelentes	Buenas	Regulares	Malas	NS/NC
2	5	5	0	0

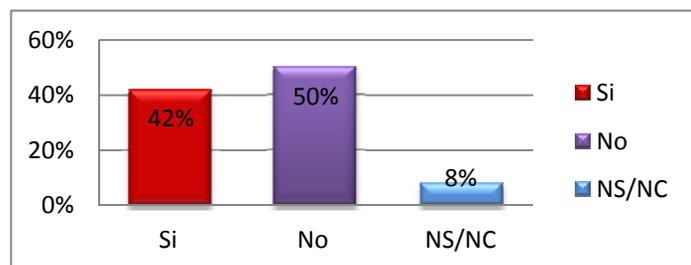


Pregunta N° 13 – Cerrada

¿Usted cree que la comunidad universitaria se ve reflejada en los contenidos del periódico?

Resultados:

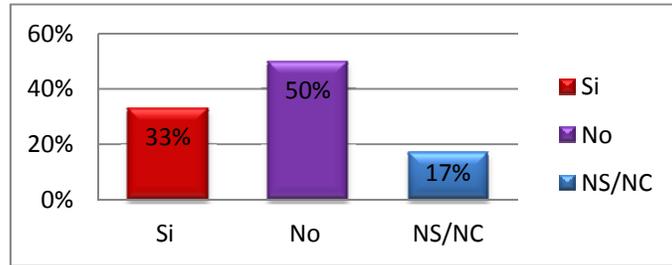
Si	No	NS/NC
5	6	1



Pregunta N° 14 – Cerrada ¿Usted considera que el periódico cubre las necesidades informativas de la población universitaria?

Resultados:

Si	No	NS/NC
4	6	2



Pregunta abierta

Al responder No, ¿Por qué?

Observaciones:

- La UCV genera mucha más información que no es plasmada acá
- Falta contenido noticioso
- No son trabajos informativos, ni interpretativos, sino de opinión
- Falta profundizar en actividades de la UCV
- Debe tener mayor actualidad y menos opinión
- No se cubre a toda la población

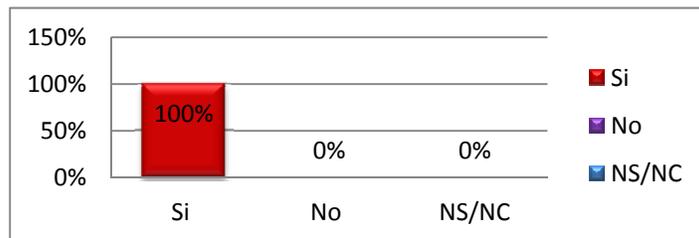
Sección III: Sobre una nueva propuesta de diseño del periódico.

Pregunta N° 16 – Cerrada

¿Estaría usted de acuerdo con un nuevo diseño del periódico?

Resultados:

Si	No	NS/NC
12	0	0

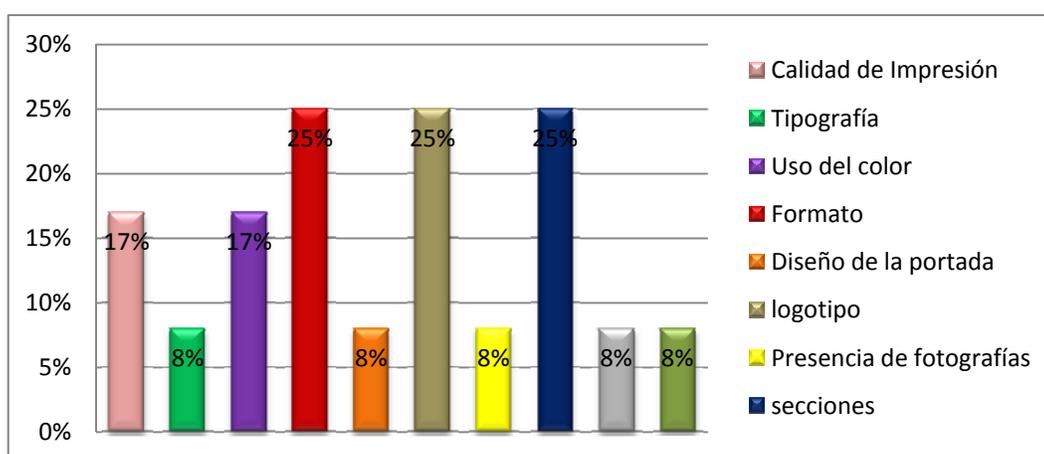


Pregunta N° 17 – Abierta

¿Qué elementos deberían permanecer?

Resultados:

Calidad de Impresión	Tipografía	Uso del color	Formato	Diseño de la portada	logotipo	Presencia de fotografías	secciones	personas del equipo	todo
17%	8%	17%	25%	8%	25%	8%	25%	8%	8%



Observaciones secundarias:

Los encuestados desean que se mantenga del periódico lo siguiente:

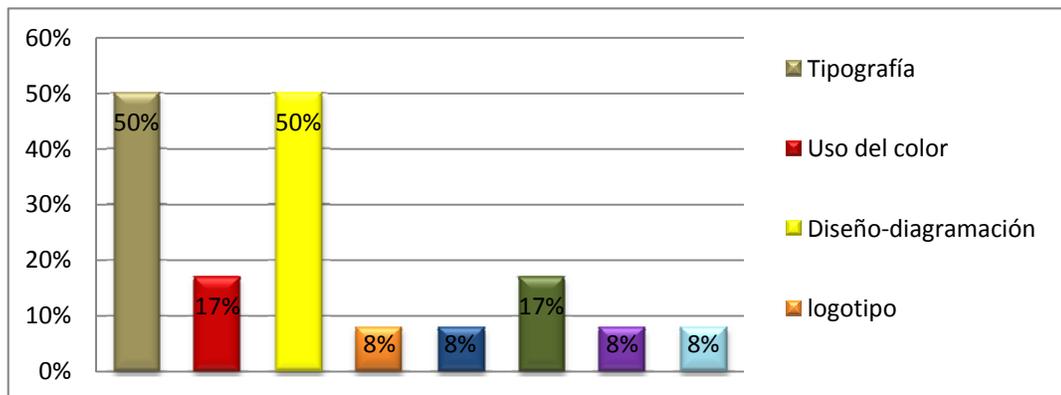
- Sección: cultura, investigación, deportes, acción social.
- El editorial en la contraportada.
- Las fotografías grandes.
- Su nombre.
- Algunos de sus articulistas.

Pregunta N° 18 – Abierta

¿Qué elementos deberían cambiar?

Resultados:

Tipografía	Uso del color	Diseño-diagramación	logotipo	Uso y ubicación de las imágenes	secciones	personas del equipo	todos
50%	17%	50%	8%	8%	17%	8%	8%



Observaciones secundarias:

Elementos que deberían cambiar en el periódico:

- Propuesta gráfica
- El concepto
- El abuso en el uso de los colores
- El nombre del periódico
- El uso del color negro como fondo

Pregunta N° 19 – Abierta

¿Qué elementos agregaría?

Resultados:

En cuanto al contenido:

- Trabajos académicos de los estudiantes
- Más investigación
- Información sobre actividades extramuros que involucra a la UCV

- Sección de entretenimiento
- Más noticias sobre la UCV y el país
- Agregar elementos de actualidad
- Nuevas secciones
- Contenidos informativos

En Cuanto al diseño:

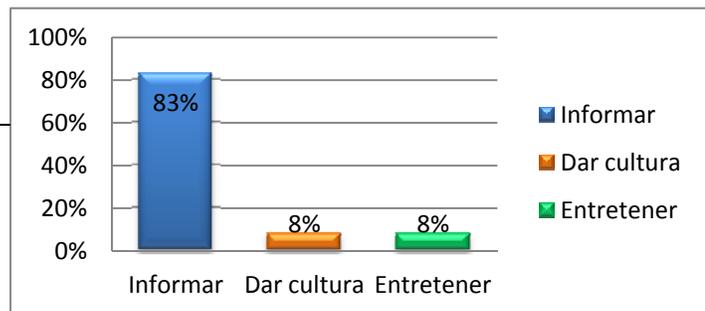
- Diseño más actual y dinámico
- Más orden
- Más colores
- Tipografía más llamativa pero sin extremos y más uniforme
- Más luz
- Manual de estilo
- Uniformidad en los elementos gráficos
- Un profesor de apoyo

Pregunta N° 20 – Abierta

¿Cuál cree usted que debería ser la tarea fundamental del Periódico Universitario Tierra de Nadie?

Resultados:

Informar	Dar cultura	Entretener
10	1	1



Observaciones secundarias:

- Informar sobre temas de interés para los estudiantes, sobre la UCV.
- Llevar a la población universitaria información útil y de interés.

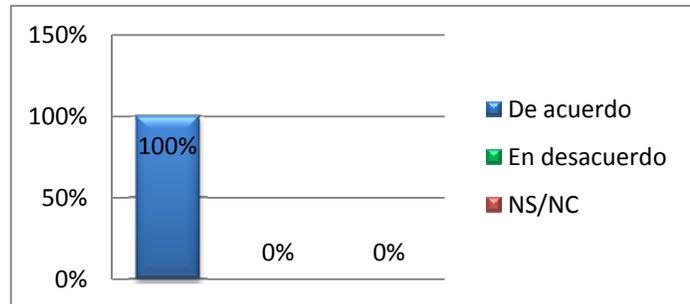
- Un espacio no solo de información sino de diálogo.

#### Pregunta N° 21- Abierta

¿Qué opina de que el personal del periódico sean estudiantes, quienes están en constante proceso de aprendizaje y en rotación?

Resultados:

De acuerdo	En desacuerdo	NS/NC
12	0	0



Observaciones secundarias:

- Es perfecto
- Así los estudiantes adquieren experiencia
- Es importante la supervisión de alguien con experiencia en medios impresos
- Es importante para la práctica profesional y para profundizar el aprendizaje
- Es la mejor manera de reflejar lo que somos como Ucevista
- El jefe de redacción debería revisar los textos muy bien antes de ir a la rotativa
- Debe ser un laboratorio de aprendizaje

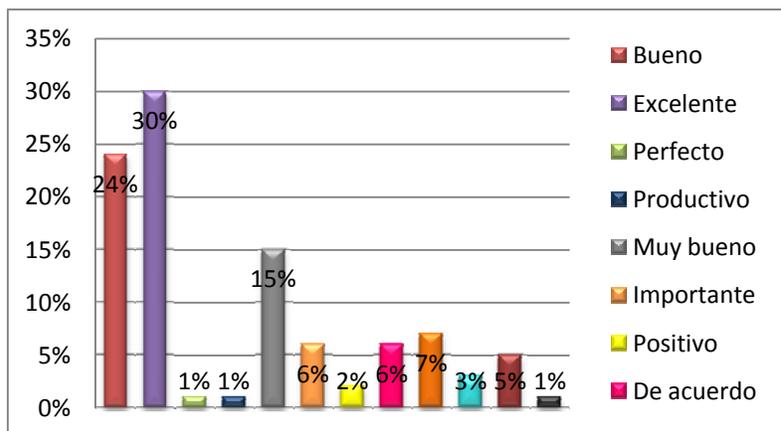
#### Encuesta Tipo 2

##### Pregunta N° 1 - Abierta

¿Qué opina de, que la Escuela de Comunicación Social de la UCV produzca un periódico para la población Ucevista?

Resultados:

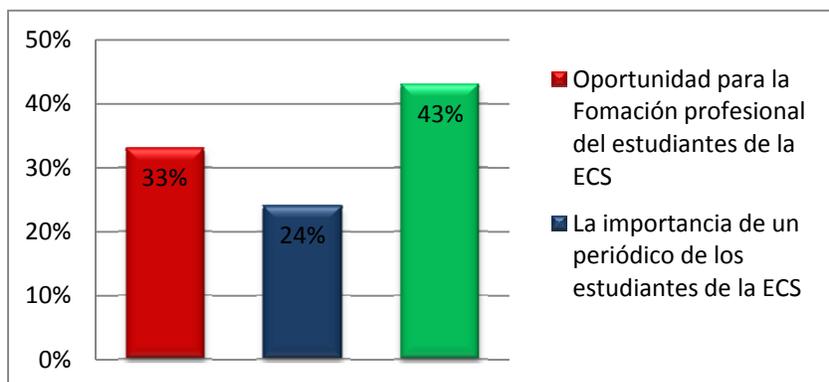
Apreciación	N°
Bueno	21
Excelente	26
Perfecto	1
Productivo	1
Muy bueno	13
Importante	5
Positivo	2
De acuerdo	5
Es necesario	6
Correcto	3
Lógico	4
Interesante	1
Total	88



Observaciones secundarias:

Las personas encuestadas consideran que la existencia de un periódico producido por la ECS-UCV es:

Oportunidad para la Formación profesional de los estudiantes de la ECS	La importancia de un periódico de los estudiantes de la ECS	Una oportunidad para brindar información
15	11	20



Pregunta N° 2 - Abierta

¿Te gusta el diseño del periódico Tierra de Nadie? ¿Cómo te gustaría que fuera?

Resultados:

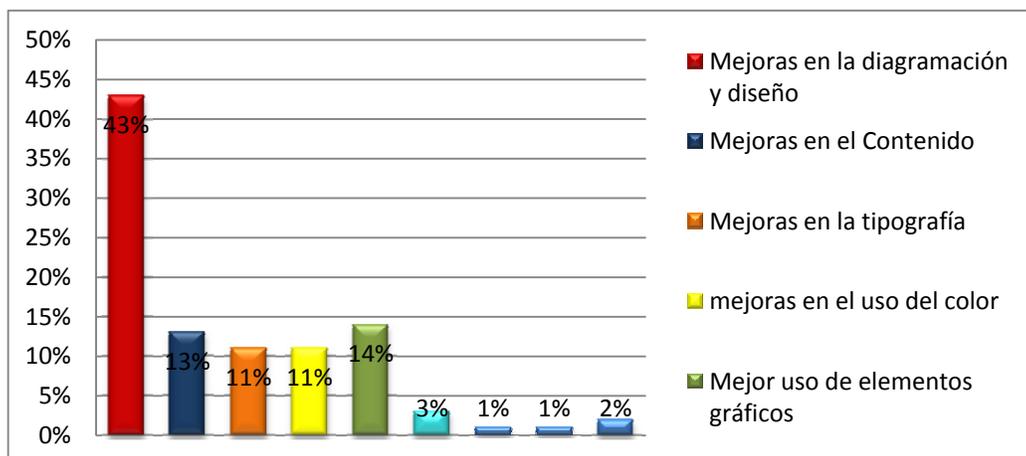
Me gusta	No me gusta	Regular
53%	34%	13%



Observaciones secundarias:

Las personas encuestadas consideran que deberían mejorarse los siguientes aspectos:

Mejoras en la diagramación y diseño	Mejoras en el Contenido	Mejoras en la tipografía	mejoras en el uso del color	Mejor uso de elementos gráficos	Formato	Cambio de Nombre	logotipo	Impresión
43%	13%	11%	11%	14%	3%	1%	1%	2%
43	13	11	11	14	3	1	1	2
38	11	10	10	12	3	1	1	2



### Apreciaciones positivas:

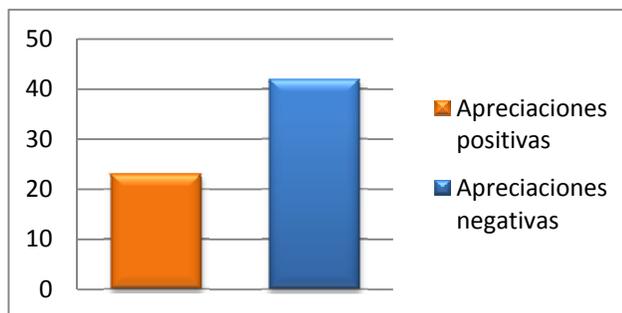
Completo	1
Adecuado al ambiente de la universidad	1
Agradable	2
A nivel estético bien elaborado	1
Colores llamativo	2
Completo en cuanto a secciones	1
Innovador	1
Original	2
Creativo	2
Juvenil	3
Fresco	2
Dinámico	4

### Apreciaciones negativas:

Cambiar el nombre porque es muy polémico	1
Portada más llamativa	3
Debe ser más ameno y divertido	2

Un diseño fresco, dirigido a los jóvenes	5
Más atractivo a la vista	2
Mejorar la calidad de las fotos y el papel	1
Está muy sobrecargado	2
Colores más juveniles	1
Menos textos más imágenes	2
No se respetan las reglas básicas de diagramación del recorrido de los textos	1
Debe estar más actualizado	1
Es pesado para leer	2
Es muy rígido	2
Tiene mucha opinión	1
Debería ser más noticioso	1
Debería contar con una guía o consejero	1
Debería ser una revista	1
Debe tener uniformidad de estilos	1

Apreciaciones positivas	Apreciaciones negativas
23	42

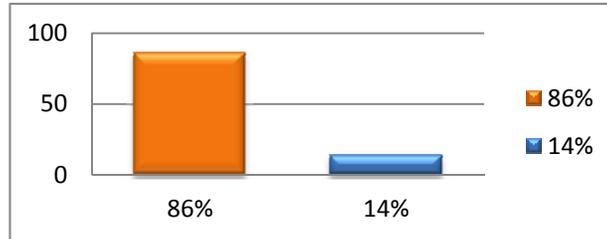


### Pregunta N° 3 - Abierta

¿Te gustan las secciones que tiene? ¿Cuáles propones?

Resultados:

Si	No	Total
76	12	88



Observaciones secundarias:

Secciones propuestas:

	N°
Información de actividades que se realizan en la universidad	1
Agenda cultural (actividades culturales y sociales de la UCV)	4
Deporte	6
Opciones extracurriculares que brinda la universidad	1
Cultura	8
Noticias de actualidad	3
Quejas y opiniones, denuncia	4
Entrevista a personajes de la UCV, vendedores, profesores, etc.	2
Salud	2
Cine	3
Ofertas laborales para estudiantes	3
Entretenimiento	2
Lugares de Caracas	1
Farándula	1
Opinión	3
Calendario de Eventos de la universidad	2
Humor	1
Reseña de trabajos de grado más sobresalientes	2
Curiosidades y misterios y mitos de las facultades y escuelas de la UCV	2

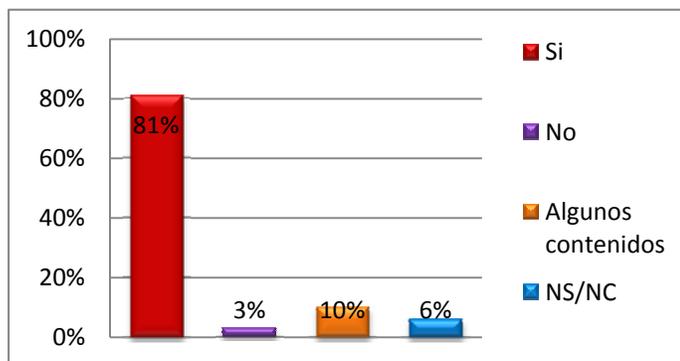
Redes sociales estudiantiles	1
Crónicas o periodismo narrativo	1
Fotografía	1
Actualidad en tecnología y comunicaciones	2
Buzón activo	1
Mini anuncios de ofertas de talleres, cursos, materiales de estudio, pasantías, espacios de libre extensión para los estudiantes	2
	1
Psicología	1
Intercambios entre ECS de Venezuela	2
Literatura	1

#### Pregunta N° 4 - Abierta

¿Te gusta el contenido del periódico?

Resultados:

Si	No	Algunos contenidos	NS/NC
71	3	9	5



Observaciones secundarias:

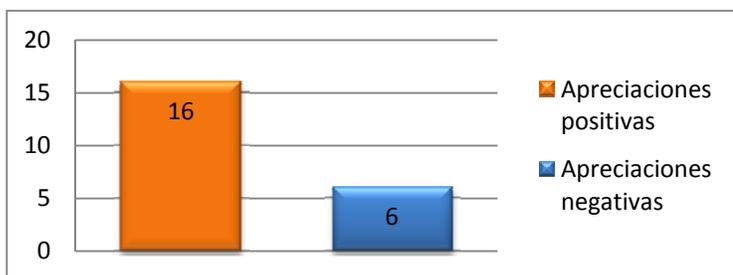
#### Apreciaciones positivas:

Parece un periódico Under Ground	1
Variado	4
Interesante	6
Tiene mucha opinión, visión individual	2

Es educativo	1
Tiene buenos trabajos de investigación	2

**Apreciaciones negativas:**

Parece más de lo mismo, de otros periódicos de la UCV	1
Muy extenso	1
Debería tener más crítica social	1
Más contenidos de interés para los estudiantes	1
Debería incluir trabajos de los profesores y de los estudiantes	1
Los contenidos deberían ser más actuales	1



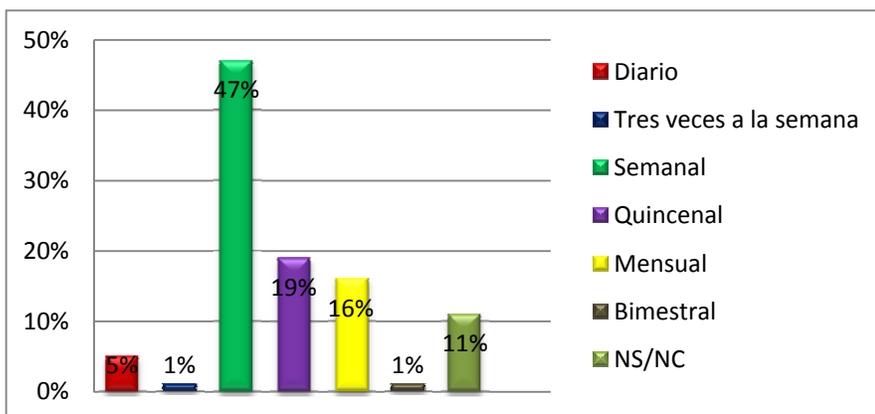
Pregunta N° 5 - Abierta

¿Cuál crees que debería ser la periodicidad de este periódico?

Resultados:

Periodicidad	N°
Diario	4
Tres veces a la semana	1
Semanal	41
Quincenal	17
Mensual	14

Bimestral	1
NS/NC	10
Total	88

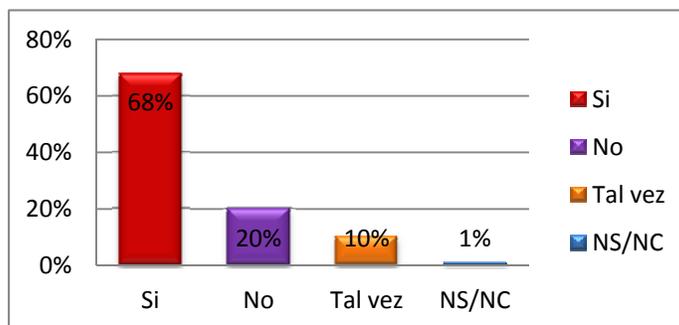


#### Pregunta N° 6 - Abierta

¿Te gustaría participar en la producción del periódico?

Resultados:

Si	No	Tal vez	NS/NC
60	18	9	1



Observaciones secundarias:

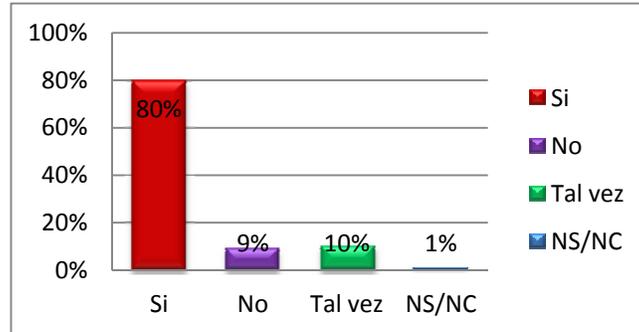
- Los que respondieron tal vez, señalaron como condicionante el pago por la participación.
- Los que respondieron que no, consideraron la falta de tiempo para participar.

Pregunta N° 7 - Abierta

¿Te desagradaría que se incluyera publicidad en el periódico?

Resultados:

Si	No	Tal vez	NS/NC
70	8	9	1



Observaciones secundarias:

Los que respondieron tal vez hicieron las siguientes observaciones:

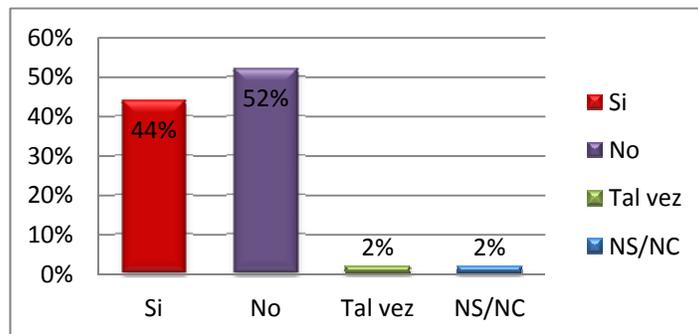
- Si es necesario para la producción del periódico
- Si es productiva y educativa
- Depende del tipo de publicidad
- Que no sea excesiva
- Que apoye el talento nacional y ayude a quienes lo necesiten
- Depende del uso de los ingresos

Pregunta N° 8 – Abierta

¿Te gusta el logotipo?

Resultados:

Si	No	Tal vez	NS/NC
39	45	2	2



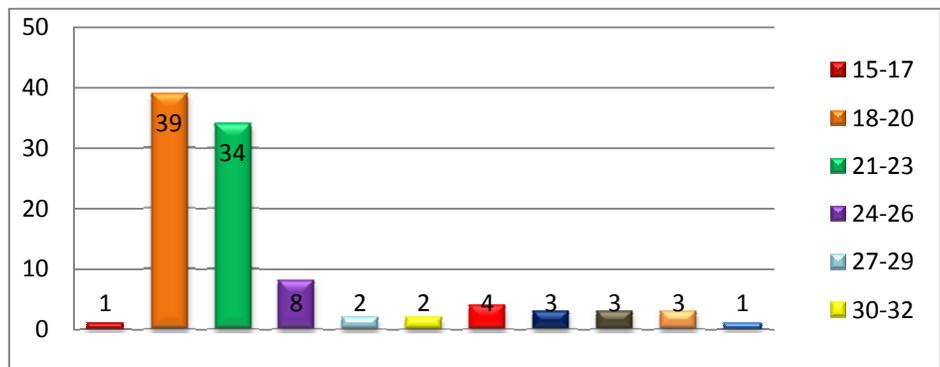
Observaciones secundarias:

- Un logotipo más trabajado
- Un logotipo más dinámico
- Un logotipo más colorido
- Abrir un concurso para cambiarlo
- Un logo conformado con imágenes y letras de la frase "Tierra de Nadie"

Datos demográficos – Cerrada

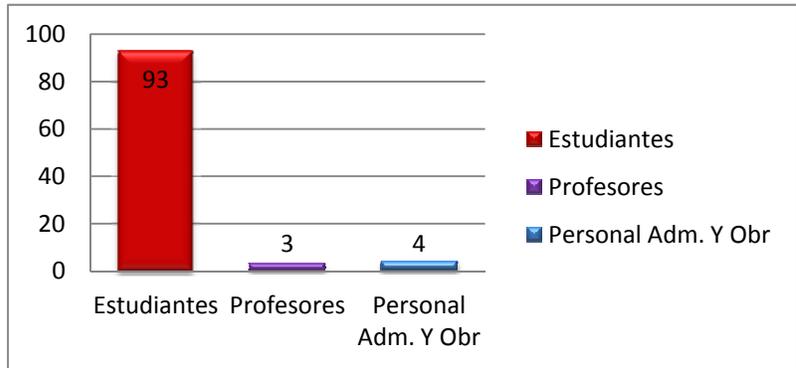
Resultados:

Intervalos	Edades
15-17	1
18-20	39
21-23	34
24-26	8
27-29	2
30-32	2
33-35	4
36-38	3
39-41	3
42-44	3
45-47	1
Total	100



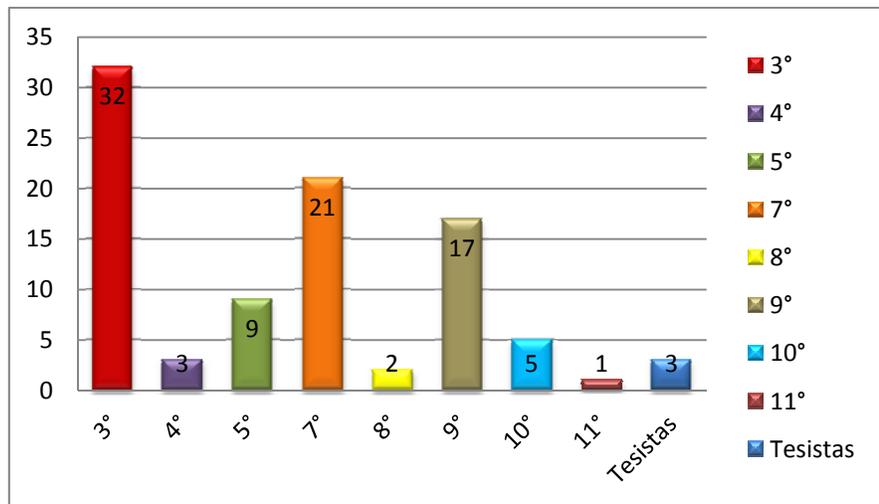
De la población total encuestada

Población	Cantidad (N°)
Estudiantes	93
Profesores	3
Personal Administrativo y Obrero	4
Total	100



Relación de estudiantes según semestre

Semestre	N° de alumnos
3°	32
4°	3
5°	9
7°	21
8°	2
9°	17
10°	5
11°	1
Tesistas	3



## **ANEXO N° 9**

### **ENTREVISTAS REALIZADAS**

**MARIBEL DAM  
PERIODISTA**

**DIRECTORA DE LA DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE  
LA UCV**

#### **Inicios del periódico Tierra de Nadie**

El periódico se fundó en el año 2006. La periodicidad ideada en sus comienzos era trimestral, pero esto cambió debido a las limitaciones de recursos humanos y también, porque tenemos que revisar otros productos y atender diferentes tareas como responsables de la política informativa de la UCV. La publicación Tierra de Nadie tuvo como antecedente una publicación que salía anualmente cada vez que se celebraba la semana del estudiante, en el mes de noviembre, la Dirección de Información realiza un encarte juvenil, o bien le dedicábamos mayor número de páginas del periódico Hora Universitaria, de la UCV, a temas vinculados a los estudiantes para hablar sobre la semana del estudiantes, se hacía una encuesta o una reseña sobre los actos de la semana del estudiante. El tiraje de los primeros números que estuvieron a cargo de la Dirección de Información fue de 20.000 ejemplares y luego disminuyó a 16.000.

#### **Características de los primeros números del periódico a cargo de la Dirección de Información de la UCV**

El periódico salió con un formato tabloide recortado, trabajado de forma estructurada, con secciones como: el editorial, academia, sexo y salud, tecnología, oportunidades de empleo, se dedicaba una página de historia de la UCV para contextualizar la semana del estudiante, guía de rumbas, entre otras secciones que tocaran temas puntuales que los jóvenes requieran saber constantemente. Además, se trató de incluir información de interés como los servicios que ofrece OBE a los estudiantes, cómo se puede buscar información en las bibliotecas de la universidad, etc.

#### **Objetivos de la publicación**

La publicación Tierra de Nadie era una manera de que los estudiantes conocieran todo lo que les ofrece la universidad y pudieran aprovecharla, utilizar los servicios y vincularse también con las cosas que están pasando a su alrededor. La publicación no solo buscaba que la información estuviera contextualizada por la universidad nada más, sino también, sobre cosas de su vida personal y también en lo profesional, lo académico. La publicación estaba orientada a ser una publicación informativa, y la

presencia de los jóvenes se hacía a través de las encuestas a los estudiantes sobre el tema ha ser abordado por el periódico.

#### Presencia estudiantil en el periódico Tierra de Nadie

El equipo humano era de la ECS, ya que en la Dirección de Información siempre se tienen estudiantes, a través de las becas tipo ayudantía, o pasantías académicas. En esa oportunidad cuando se fundó el periódico, teníamos un grupo realmente grande en número y muy talentosos, muy buenas plumas, este grupo participó en este proyecto bajo la coordinación de Humberto Luque, quien actualmente es el sub director de la Dirección de Información. Los estudiantes era los redactores y las fotos estaban a cargo de un estudiante y el fotógrafo de la Dirección, también se empleaban fotos de archivo.

El grupo que originalmente trabajo en el proyecto, fue un grupo con olfato periodístico, muy proactivo, les gustaba investigar, buscar, explorar, identificaban temas. Fue un grupo muy brillante que nos permitió de una manera que, cuando les planteamos el proyecto a ellos, y ellos fueron enriqueciéndolo. Muchas de las secciones surgieron de lo que nosotros planteamos, de algunos temas, asuntos de carácter formal, pero las secciones las enriquecieron esos primeros estudiantes, Ibrahim, Frank Calviño, Emilia. La dirección editorial estaba conformada por Humberto Luque, en algunas ocasiones la tomaba yo, y revisábamos las informaciones que finalmente serían publicadas.

#### Primer número de Tierra de Nadie – proceso creativo

El proceso creativo del primer número consistió en una reunión entre Humberto Luque, el diseñador de la Dirección, Simón Rodríguez, y mi persona, para materializar el proyecto, el N° 0 de la publicación. En esta reunión se volcaron las ideas de lo que nosotros pensábamos eran las necesidades informativas de los estudiantes de la universidad. Hablamos de esa deuda que nosotros teníamos y que tenemos con el público joven de la universidad, que es el público más grande, que son los estudiantes. Y fuimos pensando en las cosas que nos hubiese gustado a nosotros, durante nuestra época de estudiante, que tuviera un periódico. Sobre todo, información sobre lo que hay en la universidad, qué nos ofrece, y cómo ser un estudiante universitario y no morir en el intento, porque hay mucha gente que se siente frustrada cuando ingresa a la universidad.

A mí me pasó, que cuando yo era una estudiante que venía de 19 y 20, y en la primera práctica de castellano, cuando el profesor me entregó toda corregida en rojo, y yo creía que escribía bellísimo y magnifico, y él me hizo ver que no. Y después me pasó lo mismo con la asignatura de problemas sociales, cuando me hablaban del capitalismo y el comunismo, y las teorías económicas y las teorías sociales, sentía que enloquecía empezando la universidad. Por esto considero que es un shock que recibe uno, porque no es lo mismo ser estudiante del liceo, la universidad es otra cosa. Es

mayor el grado de responsabilidad que uno tiene, es asumir ya otra condición, y eso no hay quien te indique qué hacer, cómo hacer, cómo vivirlo, cómo superarlo, qué estrategias utilizar.

En base a todas esas inquietudes nos reunimos con todas esas vivencias que uno también tuvo, e incluso en ese momento algunos del equipo teníamos hijos universitarios y Ucevista. En especial contribuyó mucho mi contacto con los estudiantes de la escuela, yo pienso que es una bendición tener esa relación con los estudiantes de la escuela de comunicación, porque uno los conoce, sabes sus historias, sus inquietudes, qué quieren.

### Proceso de creación de la publicación

Las publicaciones antes de salir a imprenta son revisadas por el coordinador, tanto el diseño como el contenido, y un corrector que apoya en las revisiones del material. Puede ser que aunque se revise la publicación se vaya algún error, pero es deber del Director de una publicación revisar los detalles y las informaciones. Incluso cuando las informaciones pasan a ser diagramadas, en algunas ocasiones son cortadas partes importantes y puede perderse algo del sentido de la información que originalmente se quiso transmitir. Pero todos estos percances forman parte de la dinámica de hacer cualquier publicación. En vez de agobiarse por los errores lo que debe tratarse es de minimizarlos.

En cuanto a cómo se produjo el periódico Tierra de Nadie te digo que aquí en la Dirección de Información tenemos una forma muy particular de trabajo, nosotros contextualizamos la publicación que va a salir, pensamos en lo que está pasando y afectando a la universidad. En mi caso, me ha tocado dirigir las publicaciones de la universidad en un momento muy particular, donde está todo muy politizado, con una crisis presupuestaria, que si bien a otras administraciones les ha tocado el mismo escenario, la tuvieron en otras dimensiones distintas a estas.

Las publicaciones han tenido que dejar de lado algunas actividades que se hacen en la universidad por la coyuntura que a la universidad le ha tocado afrontar como fue con la ley de universidades a finales del año pasado, que incluso se encartó una publicación en el diario El Nacional sobre este tema. Cuando se dirige una publicación uno tiene que estar revisando constantemente, y eso ha sido así desde que arrancamos la gestión cuando la administración del Dr. Paris, donde se ha observado ante la opinión pública una campaña sistemática en contra de las universidades. De allí que el reto ha sido integrar la problemática en la que está envuelta la universidad, con los valores de la universidad, sus actividades, y lo que significa ser Patrimonio Mundial de la Humanidad.

### Recursos para producir el periódico

En cuanto a los recursos con los que contaron los estudiantes para sacar la publicación Tierra de Nadie, fueron los mismos que les suministrara la Dirección de

Información. La publicación Tierra de Nadie y el resto de las publicaciones de la Dirección de Información se imprimen en imprentas particulares. Tierra de Nadie en particular se imprimió en Graficas Madrean, y cuando se ha hecho por ejemplo en las rotativas de El Globo o de El Nacional, se ha pagado por ello. En aquella época costaba imprimir 16.000 ejemplares por 14.000 bolívares. La Dirección de Información si bien recibe del presupuesto universitario un doceavo, esto solo es para gastos de funcionamiento. Entonces, para pagar estas impresiones y realizar las publicaciones se utilizan los recursos directamente del Rectorado, quién financia las publicaciones de la Dirección de Información. Estos recursos del rectorado son por concepto de Ingresos Propios, que provienen de lo que es la Zona Rental, de las empresas universitarias, de la Fundación UCV, y del Fondo Andrés Bello.

#### Problemas éticos que tuvo que enfrentar la publicación

En cuanto a las anécdotas a la hora de resolver un problema ético al producir la publicación, te puedo decir que se nota cuando uno hace periodismo institucional, en temas que se quisieran abordar de otra manera, pero son temas muy sensibles. Aunque no me pasó con la publicación Tierra de Nadie, si me pasó con otra de las publicaciones de la universidad. Y fue cuando tocamos el tema de los cafetines e indicamos que los cafetines de la universidad, que aunque satisfacen una necesidad no están suficientemente acordes con lo que es la UCV, y hubo reacción por parte del Director de funcionamiento de los cafetines, el cual se molestó y convocó una reunión de directores porque no admitía que se estuviera cuestionando su trabajo. Y en sí, la idea del artículo lo que buscaba era dar a conocer lo que pedía la comunidad de los cafetines, no era criticar la gestión de este Director.

#### Problemas periodísticos que enfrentó el periódico

Entre las problemáticas periodísticas que preocupan cuando se produce un periódico está el acceso a la fuente, porque hay ocasiones en las cuales, cuando dices que eres periodista de otros medios te atienden casi inmediatamente, pero cuando dices que eres periodista de un medio universitario, de la UCV, te posponen para el día siguiente. Sin embargo, esta situación se ha ido subsanando, con los profesores, investigadores, etc., cuando ellos observan cómo es el abordaje periodístico de la publicación, pues cambia la concepción que tenían del periodista que les fue a entrevistar. Igual sucede cuando ven la calidad del periódico, se dan cuenta que tiene un valor el medio Ucevista, y al final hay un reconocimiento del medio.

En cuanto al factor tiempo, la presión se siente, pero es necesaria. Porque uno de los factores que te permiten posicionar un medio es la periodicidad de cualquier publicación, que la publicación salga siempre en el tiempo pautado para ello. Por ejemplo, si el medio va a salir semanalmente y no salió sino dos días después, quince días después o cuando provocó, no puede ser. Nosotros debemos ser responsables con nuestro público, y acostumbrarlos a la periodicidad de nuestro medio.

Cuando se habla del manejo de personal, sobre todo de los periodistas formales y graduados, esto implica los mismos retos que manejar estudiantes de periodismo, todo radica en el grado de responsabilidad que ya tiene la persona. Independientemente de que el reportero o redactor sea estudiante o periodista, este va a ser responsable por principios, por sus valores. Yo he tenido la bendición de manejar un equipo de estudiantes realmente brillantes. Cuando un estudiante ha sido irresponsable en la realización de sus funciones, por falta de tiempo, por deberes académicos, o por falta de madurez para llevar a cabo las tareas asignadas, se ha hablado con él y se ha llegado a un acuerdo, y el estudiante se ha retirado del equipo de la Dirección de Información.

#### La creatividad en la producción del periódico Tierra de Nadie

Con respecto a la creatividad, considero que no depende de la tecnología. Y es muy importante como se ve la publicación para que lean su contenido. A cerca de la periodicidad hay una situación que no se puede omitir, que es la disponibilidad de recursos, porque la parte económica es el músculo de cualquier publicación. El formato tabloide del periódico me parece muy cómodo. Con respecto a los últimos números de la publicación, considero que se quiso añadir elementos utilizados en revistas, pero impresa en el mismo papel periódico, y en papel periódico existen cosas que no funcionan. Sobre todo con el tema de la tinta, porque se puede convertir la impresión en un poco de manchones, y no se pueden leer los textos si se colocan fondos negros. Por ejemplo, la marca de agua empleada en varios de los artículos del periódico compite con el texto, hay que hacer realmente un esfuerzo para leerlo. Por todo esto, es necesario saber las limitaciones que tiene el tipo de papel, es importante que el diseñador sepa no solo de diseño sino del material con el cual va a trabajar.

#### Opinión sobre el diseño del periódico

En cuanto al logo, y la portada, observo que en los últimos números se han agregados elementos interesantes, pero en líneas generales no me gusta. A mí las primeras portadas me gustaban porque eran limpias, las fotos encerraban un concepto editorial, que te mostraba lo que te ibas a conseguir dentro de la publicación. Los textos, los títulos, no me gusta cómo se disponen, y tampoco el tipo de fuente que emplean. Para mí el diseño de una publicación tiene que ser agradable, porque como lector no voy a hacer el esfuerzo de leer el periódico así como está diseñado. El diseño forma parte de lo que el medio está diciendo y cómo lo está diciendo.

#### Opinión sobre los contenidos del periódico

El diseño y el contenido van unidos, no puedes separar estos elementos. En cuanto a las secciones considero que todo está desordenado. La universidad no se ve reflejada en esta publicación. Yo, le cambiaría la estructura editorial, me gustaría que la publicación se equilibrara la información y la opinión.

## Rediseño de periódico Tierra de Nadie

Mi opinión sobre el rediseño es que para cualquier publicación es importante estar siempre en un proceso de revisión y renovación. Desde todo punto de vista, gráfico, editorial, ver y entender cuáles son las necesidades de tu público, siempre hay que estar escuchando, viendo, sintiendo lo que tu público requiere y necesita de ti como medio. No se debe uno quedar en sus estructuras rígidas y establecidas. Por esto, estaría de acuerdo con un rediseño gráfico y editorial de la publicación.

### Elementos que deben conservarse luego del rediseño

Ahora, de la publicación me gustaría que conservaran que el equipo que escribe la publicación sea de la universidad. Me gustaría ver más reflejado a los estudiantes, por ejemplo, que si se está abordando el tema de la seguridad, se hagan encuestas. Para mí es importante darles datos e información valiosa a los estudiantes de nuevos ingresos, conocer cuáles son sus hobbies. Me gustaría que se abordaran los temas donde se le da más importancia a lo físico, a la apariencia, las cirugías estéticas. Si bien, la publicación puede ser contestataria o conciliatoria, todo dependerá de la naturaleza de la publicación. En el caso de la publicación Tierra de Nadie, se concibió como una publicación independiente en su línea editorial, dirigida a los jóvenes y a los temas que a ellos les interesa. Y la parte política, de atacar a las autoridades no era parte del objetivo de esta publicación, porque la razón de ser del periódico en sus inicios era la de llenar esos vacíos informativos dentro del público joven de la universidad, desde una visión más fresca.

MIGUEL ÁNGEL LATOUCHE  
INTERNACIONALISTA  
DIRECTOR DE LA ECS-UCV

### Los inicios del periódico Tierra de Nadie

Cuando la producción del periódico Tierra de Nadie pasó a manos de la ECS, se pensó en un periódico que la Escuela auspiciaba, para que los estudiantes de la ECS escribieran allí, sobre temas de la universidad. Pero por alguna razón que yo no entiendo bien, derivó hacia una publicación ajena a la Escuela y a la Universidad, por lo cual creo que por ello el proyecto decayó. En mi opinión, si la escuela financiaba el periódico se suponía que debía difundir las cosas que estaban pasando en la escuela y en el último número se evidenció aún más que esto no pasaba, por lo cual no se llegó a publicar, y esta situación dañó el proyecto.

### Relación del periódico Tierra de Nadie, con la ECS y la Dirección de Información de la UCV

En cuanto a la relación de este periódico con la Dirección de Información de la UCV, se llevó a cabo por medio de un convenio en los primeros números, en los cuales la diagramación era realizada por la Dirección de Información y luego todo el proceso se llevó a cabo por los estudiantes. Así mismo, la impresión de los primeros números estuvo a cargo de la Dirección de Información y luego a cargo de la ECS. El tiraje de los números a cargo de la escuela fue de 500 a 600 ejemplares. Nunca se pensó en venderlo, solo en vender espacio publicitario en él.

### Presencia estudiantil en el periódico Tierra de Nadie

En el periódico solo intervenían los estudiantes, no había ningún profesor que guiara el proyecto, salvo yo, como Director de la Escuela, y alguno que otro profesor que se involucraba y escribía algún artículo para este. Por participar en el periódico algunos estudiantes recibieron el beneficio de ser aprobado su Servicio Comunitario, y a otros esta actividad se le revalidó como trabajo de pasantía. Los estudiantes se reunían una vez a la semana o cada quince días, en el salón donde se hacen los consejos de escuela de la ECS. La publicación era revisada por Maribel Dam, la Directora de la Dirección de Información y por mi persona.

### Opinión sobre el diseño del periódico

Mi opinión en el diseño del periódico, aunque no es mi especialidad, en algunos números el logo de la ECS y el de la Dirección de Información no aparecían, estaban perdidos, de manera que no era fácil identificar que este era un periódico universitario, y si lo era. También, opino que las características morfológicas y los contenidos deben convocar a la lectura, debe parecerle interesante para leerlo. Me

gusta el formato, aunque sé que hubo una propuesta para convertirla en revista, pero habría que estudiarla. El tamaño tabloide que tenía Tierra de Nadie, era cómodo, de fácil lectura, con letras grandes, con una diagramación muy libre, y con una buena impresión a full color. Con respecto a la diagramación considero que podría mejorar.

#### Opinión sobre el contenido

Este periódico era bueno y debería seguir saliendo, porque puede dar unidad al cuerpo estudiantil, y sentido universitario. Sin embargo, un problema ético se enfrentó en el último número, el cual no contenía ninguna información de la Escuela, ni de la universidad; y existen temas como falta de aulas, de alumnos con discapacidades, temas de la universidad que son interesantes e importantes y no estaban reflejados en la publicación.

#### Opinión sobre la periodicidad de la publicación

En relación al ritmo de publicación del periódico estaba pensado para salir bimensual, pero luego cambió a cada dos meses, por un tema de presupuesto más que todo. Un cambio en su periodicidad dependerá de los recursos, podría ser mensual, para que salgan 10 números al año.

#### Opinión sobre los alcances de la publicación

Este periódico era distinto a lo que hace la universidad, era un periódico juvenil, muy fresco, con información juvenil, y creo que los estudiantes lo apreciaban bastante. Una anécdota interesante ocurrió cuando una estudiante fue a visitar a su familia en oriente y vio un ejemplar del periódico Tierra de Nadie por allá, al saber esto creo que el periódico llegó más allá de las aulas, y que este periódico es tan bueno como lo era letras en su momento.

#### La tarea del periódico Tierra de Nadie

En mi opinión la principal tarea del periódico Tierra de Nadie es convertirse en un medio de difusión de ideas juveniles, de ideas de los estudiantes, un periódico hecho por los estudiantes para los estudiantes, tocando los temas de los estudiantes. La mejor manera es darles información a los estudiantes desde la voz de los estudiantes. El medio no tiene que hablar bien de las autoridades, cada quien debe hacer lo que le toca hacer, hay muchas cosas que se pierden como el festival de la voz universitaria, el teatro universitario, que no se menciona. Cuando se revisa la realidad y la dinámica universitaria, se encuentra que hay infinitos temas que tocar en una publicación como esta, y por supuesto en un periódico universitario pueden publicarse infinidad de cosas interesantes.

### Opinión acerca de que el periódico lo produzcan los estudiantes

Mi opinión de que los estudiantes lleven el periódico me parece genial, porque es una experiencia, bien que se justifique como pasantía, o como servicio comunitario, con créditos académicos de asignaturas, o de otra manera.

### La creatividad en la producción del periódico

Con respecto a la creatividad más allá de la tecnología que tenga a su disposición, está asociada a la inteligencia de la gente. Lo importante es tener los proyectos, no detenerse por falta de recursos. Porque cuando se comienzan a hacer las cosas se hace evidente la necesidad y se consiguen los recursos, se mejoran los ya existentes. La escuela pone a disposición de los estudiantes los recursos que tenga a su alcance para llevar adelante las iniciativas. Incluso se adquirieron dos computadoras Mac para editar videos y las mismas pueden servir para editar el periódico de ser necesario.

### Rediseño del periódico

Sobre el tema del rediseño del periódico Tierra de Nadie, considero que es importante para cualquier publicación revisarse, es cuestión de discutir lo que funciona y lo que no. Me gustaría que la publicación fuera rediseñada, que se mantuviera la calidad de diseño, de diagramación, y el toque juvenil de la publicación. Deberían incluirse más temas deportivos, que son temas que le gustan a los jóvenes, y sobre los méritos de los estudiantes.

### Satisfacción de las necesidades informativas

Por ser un periódico tan joven no creo que haya cubierto las necesidades informativas de la población. Creo que fueron los inicios en la exploración de esas necesidades. Hay una cosa importante, una cosa es pensar la universidad y otra hacer la universidad. Pensar la universidad es muchas veces no involucrarse, pero cuando uno hace la universidad se ensucia las manos, muestra lo que realmente se está haciendo en la UCV.

HUMBERTO LUQUE  
PERIODISTA  
SUB-DIRECTOR DE INFORMACIÓN-UCV

1. ¿Cuál cree usted que sea la principal tarea del periódico universitario Tierra de Nadie?

R: Considero que entre una de sus tareas, está abordar temas de interés para los jóvenes estudiantes que estudian en la Universidad Central.

2. ¿Qué opina de que el personal del periódico sean estudiantes, quienes están en constante proceso de aprendizaje y en rotación?

R: Ese aspecto es importante si se toma en cuenta que los redactores deberían conocer el público para el cual escriben, precisamente porque pertenecen a dicho público, le es cercano y familiar. No obstante, como son jóvenes en constante rotación se corre el riesgo de que la publicación decaiga en periodos puntuales, sobre todo si la coordinación del mismo es igualmente rotativa e inestable.

3. ¿Cree que la creatividad en el trabajo de un periódico universitario está asociada con la tecnología que utilizan para producir el periódico?

R: La tecnología es simplemente una herramienta que, dependiendo de su utilización, servirá o no a los propósitos de la publicación. En ese sentido, la creatividad es un acto humano que encontrará en la tecnología una vía para manifestarse y no al revés. Por supuesto que está relacionada, van muchas veces de la mano pero, no necesariamente contar con lo último en tecnología es garantía de una buena publicación. Lo importante es tener claro el concepto de la misma y luego se procede a evaluar con qué se cuenta para materializarlo.

4. ¿Cuál considera usted que es el papel de las características morfológicas y de contenido en la percepción del público sobre un periódico universitario?

R: Considero que determinantes, porque el contenido a fin de cuentas es lo que da sentido a una publicación, la hace pertinente, necesaria inclusive. La escogencia de los temas, la forma cómo son abordados los mismos, es lo que, en definitiva, considero marcará la diferencia con el resto de propuestas.

5. ¿Está de acuerdo en que la periodicidad del periódico sea bimensual?

R: De estar de acuerdo, por supuesto que no, uno aspira que cuando se tiene un producto pueda tener una circulación más cercana en el tiempo; sin embargo, en este caso puntual, hay que considerar diversos factores, como son: los recursos financieros para producirlo, técnicos y humanos. Como se menciona al comienzo, por ejemplo en el caso del recurso humano, está sentado en los estudiantes, es un equipo con alta

rotación y un nivel de compromiso que quizás no sea al 100%, lo cual por supuesto dificulta su salida en menor tiempo, si a esto sumamos el recurrente problema presupuestario y de recursos, se complica un poco el tema de las salidas, todos esos factores se consideran a la hora de producir una publicación.

6. ¿El formato o tamaño le parece cómodo?

R: Sí, mejor que un formato estándar, por lo menos.

7. ¿Considera que la impresión del periódico es nítida?

R: En ocasiones lo ha sido, creo que lo que ha fallado es el diseño.

8. ¿En su opinión, el logotipo es fácil de identificar?

R: No.

9. ¿Para usted, la portada capta la atención?

R: Ha habido aciertos, pero se puede profundizar en ese aspecto.

10. ¿Le gusta el tipo de letra de los títulos y textos, las letras son fáciles de leer?

R: Realmente no sé, porque no los mantienen, cada página maneja un tipo de fuente.

11. ¿De forma general, le agrada la forma cómo se presentan las informaciones: sus títulos, textos e imágenes?

R: Hay trabajos rescatables, pero considero que muchas veces el abordaje no se corresponde con lo que requiere o interesa al público universitario.

12. ¿Usted considera que el periódico tiene un diseño atractivo?

R: No, es muy poco comprensible, desde mi punto de vista. Demasiado ecléctico.

13. ¿Le parecen de interés las informaciones?

R: Algunas sí.

14. ¿Le satisfacen las secciones que tiene?

R: No sé cuáles han quedado en definitiva.

15. ¿Usted cree que la comunidad universitaria se ve reflejada en los contenidos del periódico?

R: No tanto desde mi punto de vista, aunque reconozco que se ha hecho el esfuerzo y había el interés de parte del equipo. Es una publicación que toca el público juvenil, temas que quizá le son de interés, pero lo meramente universitario, y más específicamente Ucevista, no tanto.

16. ¿Usted considera que el periódico cubre las necesidades informativas de la población universitaria?

R: Sigue siendo muy limitado el alcance aún, por periodicidad, contenido, etc.

17. ¿Considera importante para la supervivencia de un periódico universitario, el que este sea sometido a un proceso de rediseño?, ¿Por qué?

R: Los rediseños, siempre y cuando se planteen con un objetivo claro, tienen sentido, si no, simplemente son un maquillaje que ocultan el problema y no lo abordan. Creo que hay que revisar nuevamente el sentido del periódico, para qué se elabora, para qué público, etc.

18. ¿Estaría usted de acuerdo con un nuevo diseño del periódico?

R: Por supuesto, siempre y cuando, como mencioné, se aborde el tema en profundidad, para que no termine siendo sólo un maquillaje de la publicación.

19. ¿Qué elementos deberían permanecer?

R: La irreverencia bien entendida en el diseño, sin caer en la anarquía gráfica, es un elemento que luce atractivo al público joven. El abordaje de temas en profundidad y de interés de la comunidad juvenil Ucevista, puede ser el punto diferenciador de otras publicaciones de corte juvenil.

20. ¿Qué elementos deberían cambiar?

R: Más que cambiar uno podría en replantearse algunas secciones, creo que ninguna, per se, es mala o buena. Lo que sí considero que debe asumirse con mayor responsabilidad, es lo referente al manejo, por ejemplo, de los tipos de fuente, en la última edición cada página manejaba un tipo de fuente, manejo de colores que hacía ilegible los textos, esa anarquía gráfica es a la que me refiero debería abordarse.

21. ¿Qué elementos agregaría?

R: En la medida de lo posible, algún elemento, sección, área del periódico que permita más compenetración con el público, interactividad. No sé exactamente qué, crear una especie de comunión con las redes sociales, apoyarse en ellas para crear conexión con la publicación.

JOSÉ COURT  
ESTUDIANTE COLABORADOR  
DEL PERIÓDICO TIERRA DE NADIE  
OCUPACIÓN: COMUNICADOR SOCIAL  
SEXO: MASCULINO  
EDAD: 23

1. ¿Cuál cree usted que sea la principal tarea del periódico universitario Tierra de Nadie?

R: El periódico Tierra de Nadie debe servir como un medio que permita a los estudiantes de la ECS-UCV llevar a la práctica los conocimientos que aprenden en las aulas. Al mismo tiempo, le corresponde informar y analizar todos aquellos temas que resulten de interés para la comunidad universitaria nacional.

2. ¿Qué opina de que el personal del periódico sean estudiantes, quienes están en constante proceso de aprendizaje y en rotación?

R: Es muy importante, porque permite que los periodistas y los potenciales lectores pertenezcan al mismo grupo social. Esa similitud garantiza que los temas que interesan al equipo editorial coincidan, en gran medida, con aquellos que preocupan al público receptor.

3. ¿Cree que la creatividad en el trabajo de un periódico universitario está asociada con la tecnología que utilizan para producir el periódico?

R: Sin duda alguna, la creatividad juega un rol fundamental, no solo al momento de diseñar, sino en el abordaje de los temas a tratar publicación tras publicación. Si bien la tecnología puede facilitar el proceso de elaboración de un diario, no es determinante a la hora de valorar la calidad del producto final.

4. ¿Cuál considera usted que es el papel de las características morfológicas y de contenido en la percepción del público sobre un periódico universitario?

R: La morfología y el contenido del periódico definen qué se puede esperar de éste. Cualquier fallo en estos aspectos decepcionaría a los lectores y les haría perder el interés en el diario en cuestión.

5. ¿Está de acuerdo en que la periodicidad del periódico sea bimensual?

R: Lo relevante no es que el periódico sea mensual o bimensual, sino que el resultado final sea de calidad. El equipo de la publicación debe decidir qué periodicidad le conviene más.

6. ¿El formato o tamaño le parece cómodo?

R: El tamaño es cómodo. No es tan problemático como el formato de El Nacional y El Universal.

7. ¿Considera que la impresión del periódico es nítida?

R: La impresión del periódico es irregular. Algunos textos aparecen nítidos, pero otros se ven pixelados.

8. ¿En su opinión, el logotipo es fácil de identificar?

R: El logotipo puede ser identificado con facilidad.

9. ¿Para usted, la portada capta la atención?

R: Considero que la portada era el punto más fuerte del diseño del periódico.

10. ¿Le gusta el tipo de letra de los títulos y textos, las letras son fáciles de leer?

R: Me gusta, pero es necesario unificar la apariencia de los textos de las páginas interiores. Se percibe cierto caos tipográfico.

11. ¿De forma general, le agrada la forma cómo se presentan las informaciones: sus títulos, textos e imágenes?

R: Como ya señalé, opino que la portada está bien diseñada. El diseño de las páginas interiores debe ser unificado.

12. ¿Usted considera que el periódico tiene un diseño atractivo?

R: Sólo la portada. El resto de las páginas debe ser mejorado.

13. ¿Le parecen de interés las informaciones?

R: El contenido es interesante. Coincide con los intereses de la comunidad universitaria nacional.

14. ¿Le satisfacen las secciones que tiene?

R: Las secciones existentes eran buenas. Quizá sería conveniente añadir varias más.

15. ¿Usted cree que la comunidad universitaria se ve reflejada en los contenidos del periódico?

R: Considero que la comunidad universitaria sí se ve reflejada.

16. ¿Usted considera que el periódico cubre las necesidades informativas de la población universitaria?

R: Sí, el periódico informa apropiadamente sobre las principales preocupaciones de la comunidad universitaria.

17. ¿Considera importante para la supervivencia de un periódico universitario, el que este sea sometido a un proceso de rediseño?, ¿Por qué?

R: Sí, siempre y cuando sea necesario para adaptarlo al público al que va dirigido.

18. ¿Estaría usted de acuerdo con un nuevo diseño del periódico?

R: Sí, sería oportuno un rediseño parcial.

19. ¿Qué elementos deberían permanecer?

R: Deben permanecer el logotipo y todos los elementos de la portada.

20. ¿Qué elementos deberían cambiar?

R: Las páginas interiores deberían ser adaptadas al diseño de la portada.

21. ¿Qué elementos agregaría?

R: Creo que, hasta ahora, no es necesario añadirle nada al diseño del periódico.

ARIANA GUEVARA GÓMEZ  
ESTUDIANTE COLABORADORA DEL PERIÓDICO TIERRA DE NADIE  
OCUPACIÓN: PERIODISTA  
SEXO: FEMENINO  
EDAD: 23

1. ¿Cuál cree usted que sea la principal tarea del periódico universitario Tierra de Nadie?

R: El periódico Tierra de Nadie tiene la intención de ofrecer temas de interés para los estudiantes de la Escuela de Comunicación. Su característica más importante es que está hecho –o por lo menos así funcionaba cuando estuve allí– por alumnos de la institución, que conocen de cerca las inquietudes y pueden dar enfoques mucho más atractivos al público.

2. ¿Qué opina de que el personal del periódico sean estudiantes, quienes están en constante proceso de aprendizaje y en rotación?

R: Creo que es una ventaja que los estudiantes sean los encargados del periódico. Cuando formé parte del equipo, hace un par de años, toda la organización estaba compuesta por alumnos de la escuela. Una persona se encargaba de dirigirlo, otros redactaban las informaciones, unos más tomaban las fotos y un grupo adicional realizaba el diseño y montaje. Entre todos decidíamos los temas y enfoques. Como dije más arriba, eso es positivo porque se podían plantear ángulos más cercanos a los estudiantes. También sirve de entrenamiento. La desventaja es, justamente, la rotación. No está garantizada la continuidad del proyecto porque el equipo debe cambiar constantemente. Sin embargo, eso podría mejorarse con un buen entrenamiento desde los primeros semestres.

3. ¿Cree que la creatividad en el trabajo de un periódico universitario está asociada con la tecnología que utilizan para producir el periódico?

R: Yo creo que son dos cosas que están asociadas. No se hace nada con mucha tecnología y pocas ideas; lo mismo sucede a la inversa. Nosotros encontramos trabas para llevar a la práctica las cosas que se nos ocurrían, porque no siempre teníamos los recursos. Creo que también, en caso contrario, puede haber instituciones con mucha tecnología pero sin un equipo motivado para hacer algo distinto –entonces, todo queda como si no existiese esa tecnología–. El caso de Tierra de Nadie es el primero.

4. ¿Cuál considera usted que es el papel de las características morfológicas y de contenido en la percepción del público sobre un periódico universitario?

R: Como en cualquier publicación, el contenido y el diseño influyen en la percepción del público. Un periódico universitario no escapa de esta simbiosis. Las características que debe tener una publicación para estudiantes van a depender del

grupo. En cada carrera los alumnos tienen intereses y preocupaciones diferentes. También eso varía dependiendo de la institución. No es lo mismo un periódico para la UCV que uno para la Unimet o la USB. Eso hay que evaluarlo antes de llevar adelante un proyecto como este.

5. ¿Está de acuerdo en que la periodicidad del periódico sea bimensual?

R: Creo que para el tipo de publicación del que hablamos, es una buena periodicidad. No se trata de noticias o informaciones que deben salir con más frecuencia. De todos modos, eso pudiera variar si se replantea el objetivo de la publicación. También depende de la disponibilidad del equipo que haga el trabajo, porque se requieren grandes esfuerzos.

6. ¿El formato o tamaño le parece cómodo?

R: Creo que pudiera ser un formato más pequeño.

7. ¿Considera que la impresión del periódico es nítida?

R: La calidad de la impresión debe ser mejor. Nosotros nos planteamos la posibilidad de usar papel glasé, para tener mayor calidad, pero se necesitan más recursos.

8. ¿En su opinión, el logotipo es fácil de identificar?

R: Yo creo que sí.

9. ¿Para usted, la portada capta la atención?

R: El concepto de fotografías grandes es bueno para captar la atención. De todos modos, el interés del público depende también del tema que se trate.

10. ¿Le gusta el tipo de letra de los títulos y textos, las letras son fáciles de leer?

R: Si se cambian, mejor.

11. ¿De forma general, le agrada la forma cómo se presentan las informaciones: sus títulos, textos e imágenes?

R: Creo que deberían mejorarse. Siempre es bueno plantear otras ideas y probar con otros estilos.

12. ¿Usted considera que el periódico tiene un diseño atractivo?

R: La verdad es que hace falta mejorar muchas cosas, entre ellas el diseño. Si bien se hicieron esfuerzos para hacer páginas diferentes, hay que trabajar mucho más.

13. ¿Le parecen de interés las informaciones?

R: Sí, aunque siempre se pueden plantear enfoques novedosos.

14. ¿Le satisfacen las secciones que tiene?

R: Sí, me parecen bien. Eso pudiera cambiar si se replantea todo el concepto de la publicación.

15. ¿Usted cree que la comunidad universitaria se ve reflejada en los contenidos del periódico?

R: No está reflejada toda la comunidad universitaria, porque esta publicación responde sólo a un sector, que es la Escuela de Comunicación Social.

16. ¿Usted considera que el periódico cubre las necesidades informativas de la población universitaria?

R: Yo creo que sí. Hay informaciones de interés para los estudiantes de Comunicación Social.

17. ¿Considera importante para la supervivencia de un periódico universitario, el que este sea sometido a un proceso de rediseño?, ¿Por qué?

R: Sí, es muy importante el rediseño, sobre todo porque las cosas van cambiando con el tiempo. El periódico debe adaptarse a su público y a los intereses de los nuevos estudiantes.

18. ¿Estaría usted de acuerdo con un nuevo diseño del periódico?

R: Sí, por supuesto.

19. ¿Qué elementos deberían permanecer?

R: Debería permanecer el concepto de un periódico para estudiantes hecho por estudiantes. Eso es lo esencial de este proyecto.

20. ¿Qué elementos deberían cambiar?

R: El diseño del periódico, esencialmente.

21. ¿Qué elementos agregaría?

R: El nuevo equipo debe determinar qué elementos son necesarios, de acuerdo con la evaluación que se haga del público.

ELSY TORRES  
COMUNICADORA SOCIAL  
MEDIO DONDE LABORA: CADENA CAPRILES – LÍDER  
CARGO: COORDINADOR DE DIAGRAMACIÓN DE LÍDER  
SEXO: FEMENINO  
EDAD: 32

1. ¿Cuál cree usted que sea la principal tarea de la prensa universitaria?

R: Informar sobre todas las actividades que se lleven a cabo en la casa de estudio; académicas, las implicaciones de las actividades administrativas, investigaciones, eventos; etc. Debe ser muy activa y sobre todo mostrar que la universidad es muy activa.

2. ¿Cree que la creatividad en el trabajo de un periódico universitario está asociada con la tecnología que utilizan para producir el periódico?

R: No. Los programas son herramientas que sin duda pueden contribuir a mejorar la presentación de los productos que diseñamos; pero la creatividad siempre será una consecuencia exitosa, dependiendo de las ideas y conceptos que se contemplen de ejecución.

3. ¿Cuál considera usted que es el papel de las características morfológicas y de contenido en la percepción del público sobre un periódico universitario?

R: Debe ser un periódico que denote conocimiento, la formalidad de la academia aunada a la alegría y dinamismo de los estudiantes.

4. ¿Para usted qué es el rediseño de periódicos?

R: Más que rediseñar los periódicos la invitación debería ser a repensarlos. Un planteamiento novedoso que tiene que ver con reingeniería de los impresos. Revisar desde la concepción de la línea y política editorial, redacción, ópticas, sistemas de producción como base para atender los diversos aspectos gráficos.

5. ¿Considera importante para la supervivencia de un periódico universitario, el que este sea sometido a un proceso de rediseño?, ¿Por qué?

R: Sí. Porque la universidad es un ente en constante renovación; anualmente recibe nuevas generaciones abiertas a nuevos y distintos discursos. Pienso que constantemente hay que medir las tendencias y opiniones del colectivo para decidir qué rumbo debe tener la publicación.

6. ¿Cuáles deberían ser las pautas a seguir en el proceso de rediseño del periódico universitario Tierra de Nadie?

R:

- 1) Conocer su mercado meta.
- 2) Evaluar el posicionamiento del producto actual.
- 3) Estudiar su contenido y diseñar propuestas para mejorar.
- 4) Plantear bocetos y revisarlos con sus posibles lectores.

7. ¿Cuáles serían las características principales en cuanto a diseño que debe tener el periódico universitario Tierra de Nadie?

R: Una retícula móvil, tipografía palo seco y una paleta de colores que transmita alegría contrastados con buenas bases. Plantear conceptos, diversas estructuras, despieces y un sistema de coordenadas y navegación que simulen el dinamismo de los aparatos que utilizan los muchachos en la actualidad.

8. ¿Cuáles serían las características principales en cuanto a contenido que debe tener el periódico universitario Tierra de Nadie?

R: Análisis directos sobre las investigaciones que se llevan a cabo en la universidad; coordenadas de los eventos y planes generales. Secciones sobre becas y bolsas de trabajo; nacionales y foráneos. Experiencias de otros egresados, qué hacemos todos para mejorar el recinto de estudio; etc.

SIMÓN RODRÍGUEZ  
DIAGRAMADOR DE LA DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN DE LA UCV

1. ¿Cuál cree usted que sea la principal tarea de la prensa universitaria?

R: Las universidades por su funcionamiento vienen a representar ciudades con su vida propia, con su propia dinámica, y cotidianidad, de allí la necesidad de tener sus propios medios que permite de una u otra manera proyectar dentro de su comunidad todo el quehacer en el área de la docencia, en el área de la academia, de la investigación, de la extensión, y en aquellos otros aspectos que de una u otra manera son especialmente participes los estudiantes, como las actividades extra cátedra. Es decir, la prensa diaria universitaria además, tiene la virtud de ir recorriendo la memoria histórica de todos los hechos que están pasando en la universidad. Por ejemplo, en el caso concreto de la UCV, tenemos un periódico que ya arriba a los 30 años y un repaso por sus páginas permite rememorar los hechos que han transcurrido en la universidad. En conclusión, un periódico de la universidad es imprescindible y es la única manera de ir, no solo divulgando lo institucional, sino de ir, dejando constancia desde el punto de vista histórico de lo que pase en la universidad.

2. ¿Cree que la creatividad en el trabajo de un periódico universitario está asociada con la tecnología que utilizan para producir el periódico?

R: No creo. Buenos medios se crearon cuando no habían surgido las nuevas tecnologías. Incluso, yo soy testigo de esas dos etapas, cuando se trabaja de manera manual, y se hacían grandes cosas. Luego cuando surgió el diseño mediante computador, por supuesto esto agilizó el trabajo y facilitó el desarrollo de la idea, que es distinto a facilitar la creación de ideas. Porque es que no se puede vincular, porque se puede disponer de la última tecnología, del mejor computador, el mejor software, etc., pero si no se tiene una idea o capacidad para llevar cualquier proyecto gráfico, el equipamiento tecnológico no va a servir para algo.

Por eso en estos casos, cuando se desea crear un proyecto de diseño, recomiendo responder la pregunta para que el medió, a qué target se pretende dirigir, cuáles son las características de ese target y a partir de ahí, buscar los contenidos que son al fin y al cabo el insumo para la creatividad y el desarrollo posterior de una publicación.

3. ¿Cuál considera usted que es el papel de las características morfológicas y de contenido en la percepción del público sobre un periódico universitario?

R: Si es sumamente importante, porque cuando se estructura una publicación, un periódico, una revista, todas sus páginas no pueden parecerse, como si fuera un libro. En este caso uno la diseña jerarquizando algunos elementos que van a permitir desertar el interés en la lectura y garantizar que sea leído, porque uno no tiene idea de cuántas publicaciones se hacen, se imprimen, y se distribuyen, pero no se mide

cuánto se lee esa publicación. Mucha gente te recibe una revista, te recibe una publicación, un periódico, pero cuándo se mide y eso lo lee la persona, si eso lo leen o no. La única garantía que hay hasta ahora esa estructura morfológica que garantice la lectura del medio en cuestión. La tendencia hoy apunta a modular la información, a usar discretamente el color, la tipografía, el tamaño y el interlineado, son elementos que le permiten a quien adquiera una publicación para que lo lea.

Luego es importante segmentarlo por secciones, de forma que se pueda abordar desde el punto de vista gráfico, de forma distinta, con el propósito de que perciba variedad, frescura, que el lector se sienta que está frente a distintas propuestas aunque se complementen, pero que, con un juego distinto en un segmento y en otro a través de la fotografía. Es decir la forma como se estructura morfológicamente la publicación es lo que al final va a garantizar que sea leída la publicación.

4. ¿Para usted qué es el rediseño de periódicos?

El rediseño de un periódico sigue a un estudio previo de cómo se vienen comportando el público ante la circulación del periódico. Nadie se propone rediseñar una publicación per se, sino porque has evaluado el que vienes haciendo, el que viene circulando y has identificado algunas debilidades, has identificado algunos elementos, su audiencia potencial que no los recogías, y tercero hay elementos nuevos en el mundo de la comunicación junto a las tecnologías que es necesario incorporar.

Con la velocidad de hoy en la que aparecen estos elementos, se recomienda cada dos años, que es el promedio que establecen algunos expertos, que es el momento el que es importante replantearse una discusión crítica de la publicación, tenga o no tenga éxito. El rediseño tiene varias dimensiones, hay rediseños que tocan solamente la parte gráfica, para repensar el periódico, hacerlo más ágil, más fresco, porque se percibe hoy que el tiempo que dispone la gente para sentarse a leer un periódico, es menor, por ello las informaciones hay que presentárselas, más cortas, con menos titulares, sumario e imagen.

Hay otra dimensión, que es el rediseño global, donde incluso toca los cambios de contenido de esta publicación, cambias secciones que lograste definir que no tuvieron éxito, logras incorporar nuevos elementos que en esa primera etapa de la publicación nunca incorporaste pero que mediante una encuesta, consultaste con los grupos o audiencias de tu publicación, y te diste cuenta de qué era primordial para ellos.

5. ¿Considera importante para la supervivencia de un periódico universitario, el que este sea sometido a un proceso de rediseño?, ¿Por qué?

R: Con la velocidad en que vienen cambiando las nuevas tecnologías, y la forma como se modifican los comportamientos de lectura del público del periódico, sobre todo por el impacto que en ellos han tenido, las redes sociales, las comunicaciones electrónicas, las publicaciones de este tipo tienen que estar muy pendientes porque se

pueden quedar rezagadas, y la única manera de sobrevivir, a una sociedad globalizada, donde cada día más las redes sociales tienen mayor prominencia; es necesario que la publicación se esté revisando permanentemente. Es decir, el rediseño adquiere un valor impostergable en estos momentos para la sobrevivencia de una publicación.

6. ¿Cuáles deberían ser las pautas a seguir en el proceso de rediseño del periódico universitario Tierra de Nadie?

En el caso del periódico Tierra de Nadie, uno no puede descontextualizarlo de la audiencia a la cual va dirigida, una publicación que nace como una propuesta para la sociedad estudiantil, por esas características propias, por tener una dinámica propia, que tiene expectativas e intereses propios, tiene inclinación hacia la lectura de temas muy específicos. Luego debe tomarse en cuenta que se tienen hábitos de lectura, que requiere disminuir la extensión de las unidades informativas. Por tanto, uno de los primeros pasos, sería limpiar el diseño, porque llegó a tener un diseño muy cargado, uno no debe caer en la tentación que en una página querer decirlo todo o recargarlo de imágenes. Esto quizás a veces ocurra por una percepción equivocada de lo que son los jóvenes, que uno cree que puede atraerle una página donde confluyen un grupo de páginas y multiplicidad de colores, y no es así.

7. ¿Cuáles serían las características principales en cuanto a diseño que debe tener el periódico universitario Tierra de Nadie?

R: Así como lo señala el Profesor Eduardo Orozco, profesor de diagramación de la Escuela de Comunicación Social de esta casa de estudio, nunca se me olvida algo que él decía: “hay que intentar que las páginas queden bonitas, pero legibles Simón”. El propósito de una página no es una exposición, no es un museo, donde la gente tiene tiempo de sentarse a verlo, una cosa es diseñar un cuadro y otra cosa una página, una página es para que la lean, por tanto, se deben disponer los textos, las imágenes con las que trabajas, un espacio en blanco y el color, donde la ubicación de estos elementos es fundamental para crear una página atractiva.

8. ¿Cuáles serían las características principales en cuanto a contenido que debe tener el periódico universitario Tierra de Nadie?

R: El otro punto es definirse en los temas que realmente le interesan al público objetivo de la publicación. En ese caso de Tierra de Nadie considero que los temas cotidianos de los estudiantes, no se trataron con suficiente amplitud, dándole incluso más espacio a temas políticos. El periódico no es para leerlo uno, hay que pensar en la audiencia. Por ello, yo recomiendo abordar con mayor amplitud los problemas más cotidianos, los problemas vinculados al éxito en la obtención de su título universitario. Una publicación de este tipo tiene que recoger esas expectativas.

Un periódico estudiantil es necesario en la universidad, este es un producto que tiene un público cautivo, porque no hay un medio que toque ese público de más de 40.000 estudiantes. Mi consejo a quienes emprendan un proyecto de este tipo, tomando en cuenta mi experiencia de más de 20 años, es la constancia, porque ninguna publicación logra el éxito de la noche a la mañana, es ensayo y error, entonces lo primero que recomiendo es no rendirse, la idea es ir rectificando en la medida que se vayan dando los cambios. Además, hacer de esa publicación un esfuerzo colectivo, mediante consulta de grupos de opinión para que el periódico pueda reflejar los intereses del público al cual está dirigido. Creo que hay que prescindir de los comités, enclaustrados que deciden que es lo que deben tener. Eso marca el fracaso de una publicación estudiantil.

## ANEXO N° 10

### Presupuesto para impresión en papel newsprint

C.A. Editora		
<b>EL NACIONAL</b>		
Caracas, 11 de noviembre de 2011		
Unidad de Negocios El Nacional		
Gerencia Comercial de Cuentas Claves		
Cliente: <b>UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA / ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCI</b>		
Atención: <b>Lic. Laury Martinez</b>		
<b>PRESUPUESTO SERVICIO DE IMPRESIÓN</b>		
<b>IMPRESION</b>	<b># de Ejemplares</b>	<b>Costo (Bs.F)</b>
1) Servicio de Impresión	15.000	B/. 0,78
<b>Encarte, 12 págs., Papel Newsprint,</b>		
<b>Tamaño Tabloide, mitad full color</b>		
Subtotal 2		B/. 11.700,00
Iva (12%)		B/. 1.404,00
<b>Total a cancelar IMPRESION</b>	<b>15.000</b>	<b>B/. 13.104,00</b>
<b>Tarifas aplicadas:</b> Vigente Septiembre 2011		
<b>Vigencia de Presupuesto:</b> Hasta 15 días después de emitido		
<b>Fecha de circulación:</b>		
<b>Fecha de entrega de material:</b> Quince (15) días antes de la circulación		
		
Gladys V. Capodiferro C.		
Jefa de Ventas		
Telfs. 58-212-203.3411 / 58-412-270.4840		
<a href="http://www.el-nacional.com">www.el-nacional.com</a>		
Caracas - Venezuela		
C.A. EDITORA EL NACIONAL, LOS CORTIJS DE LOURDES, AV. PPAL. CON TERCERA TRANSVERSAL, EDIF. CORPORATIVO EL NACIONAL - RIFJ-00012242-3 / NIT 0019601803		

## ANEXO N° 11

### Tarifas del sistema de encarte del Diario El Nacional

RUTAS DE DESTINOS PARA ENCARTES											
Nro.	Alcance	N°	RUTA Nombre	Ciudades / Localidades	ESTADO	VIERNES	DOMINGO				
<b>GRAN CARACAS</b>											
1	Gran Caracas	23	Caracas Este	Desde Plaza Venezuela hasta Petare	Miranda	29.200	66.000				
		24	Caracas Oeste	Desde Plaza Venezuela hasta Caricuao	Caracas	9.600	26.700				
		3	Caracas	Este + Oeste	Miranda	38.800	92.700				
		4	Vargas	Litoral	Vargas	2.000	5.900				
		5	Miranda - Guaremas	Guaremas-Guatire	Miranda	600	4.400				
		6	Miranda - Valles del Tuy	Valles del Tuy	Miranda	600	3.300				
		7	Miranda - Los Teques	Los Teques / San Antonio	Miranda	1.600	6.400				
<b>TOTAL GRAN CARACAS</b>						<b>43.600*</b>	<b>112.700</b>				
<b>PROVINCIA</b>											
2	Provincia	8	Maracay	Cagua	Aragua	1.833	4.000				
				La Victoria	Aragua	871	1.900				
				Maracay	Aragua	4.857	10.600				
				Valle de la Pascua	Guarico	412	900				
				El Sombrero	Guarico	92	200				
				Carretera Guárico	Guarico	46	100				
				<b>Total Maracay</b>						<b>8.111</b>	<b>17.700</b>
				9	Valencia	Valencia	Carabobo	7.377	16.100		
		Carretera Via los Llanos	Cojedes			458	1.000				
		San Carlos	Cojedes			642	1.400				
		Guanare	Portuguesa			367	800				
		Acarigua	Portuguesa			1.054	2.300				
		<b>Total Valencia</b>						<b>9.898</b>	<b>21.600</b>		
		10	Maturín	Barlovento	Miranda	642	1.400				
				Puerto Piritu	Anzoategui	275	600				
				Maturín	Monagas	1.718	3.750				
				El Tejero	Monagas	183	400				
				Tucupita	Delta Amacuro	367	800				
		Zaraza	Guarico	92	200						
		<b>Total Maturín</b>						<b>3.276</b>	<b>7.150</b>		
		11	San Fernando de Apure	Villa de Cura	Aragua	275	600				
				San Fernando de Apure	Apure	687	1.500				
Catabozo	Guarico			275	600						
San Juan de los Morros	Guarico			779	1.700						
Puerto Ayacucho	Amazona			183	400						
<b>Total San Fernando de Apure</b>						<b>2.199</b>	<b>4.800</b>				
12	Maracaibo	Carora	Lara	183	400						
		Cabimas	Zulia	412	900						
		Ciudad Ojeda	Zulia	461	1.005						
		Maracaibo	Zulia	4.216	9.200						
<b>Total Maracaibo</b>						<b>5.272</b>	<b>11.505</b>				
13	Barquisimeto	Barquisimeto	Lara	4.549	10.800						
		San Felipe	Yaracuy	916	2.000						
		Valera	Valera	733	1.600						
		Boconó	Valera	504	1.100						
<b>Total Barquisimeto</b>						<b>7.103</b>	<b>15.500</b>				
14	San Cristóbal	San Cristóbal	Tachira	2.337	5.100						
		Barinas	Barinas	916	2.000						
		Socopo	Barinas	229	500						
<b>Total San Cristóbal</b>						<b>3.483</b>	<b>7.600</b>				
15	Mérida	Mérida	Merida	2.154	4.700						
		El Vigía	Merida	183	400						
<b>Total Mérida</b>						<b>2.337</b>	<b>5.100</b>				
16	Puerto Ordaz	Anaco	Anzoategui	642	1.400						
		El Tigre	Anzoategui	1.191	2.600						
		Ciudad Bolívar	Bolívar	1.421	3.100						
		Puerto Ordaz	Bolívar	3.116	6.800						
<b>Total Pto. Ordaz</b>						<b>6.369</b>	<b>13.900</b>				
17	Punto Fijo	Puerto Cabello	Carabobo	1.008	2.200						
		Caro	Falcon	825	1.800						
		Punto Fijo	Falcon	1.100	2.400						
		Puerto Cumarebo	Falcon	46	100						
<b>Total Pto. Fijo</b>						<b>2.978</b>	<b>6.500</b>				
18	Carupano	Cumaná	Sucre	1.146	2.500						
		Carupano	Sucre	389	850						
		Guiria	Sucre	46	100						
<b>Total Carupano</b>						<b>1.581</b>	<b>3.450</b>				
19	Total Porlamar	Porlamar	Nueva Esparta	2.291	5.000						
20	Total Barcelona	Barcelona	Anzoategui	3.460	7.550						
<b>TOTAL PROVINCIA</b>						<b>58.358</b>	<b>127.355</b>				
<b>TOTAL NIVEL NACIONAL</b>						<b>110.000</b>	<b>240.055</b>				

## ANEXO N° 12

### Presupuesto para impresión en papel bond 24

	 R.F. J-00000014	
	Litografía - Tipografía - Encuadernación	
Señores ESCUELA DE COMUNICACIÓN DE LA UCV Atte: Srta. Laury Martinez Presentes	Caracas, 07 de Noviembre de 2011	
<u>PRESUPUESTO</u>		
15000 Folletos impresos a full color, por ambas caras, de 12 pág. en papel bond 24, tamaño abierto 16X31 cm, Confección Doblado y alzado (este precio no incluye arte)	P.U. Bs. 2,80	TOTAL Bs. 42.000,00

**\*Este precio No incluye IVA**  
\*Validez del Presupuesto: 7 Días  
\*Tiempo de Entrega de 12 días hábiles después de la aprobación del arte.  
\*Agradecemos entregar lo orden de Compra o devolver copia de este presupuesto firmado como prueba de aceptación  
\*Condiciones de pago: 60% al pedido y 40% a la entrega (Solo Efectivo, Transferencia o Depósito)  
\*Favor depositar en la cuenta Corriente del Banco Venezolano del Crédito No. 0104004310-0130027999 a Nombre "STYLE GRAPHIC, CA"

En espera de su pronta respuesta, los saluda

**Dayana Ballache**

Sta. Ptv. Con Eda. Transversal - No. 50-A - Urb. Montecristo - Caracas - Venezuela - Z.F.: 1070  
Teléfonos: (0212) 237.09.23 - 235.01.12 - Fax: (0212) 235.51.50 - E-mail: stylegrafic@gmail.com

## ANEXO N° 13

### Tarifas de publicidad en el diario Primera Hora



#### Tamaños Tradicionales

 **1/4 Página**  
12,9 cm. x 14,8 cm.

 **6x10 Horizontal**  
26,2 cm. x 9,8 cm.

 **1/2 Página horizontal**  
26,2 cm. x 14,8 cm.  
 **1/2 Página vertical**  
12,9 cm. x 30,9 cm.

 **Roba página 4X25**  
17,3 cm. x 24,8 cm.

 **Roba página 5X25**  
21,6 cm. x 24,8 cm.

 **1 Página**  
26,2 cm. x 30,9 cm.

 **Cintillo**  
Cent/Unidas 12X5  
54,8 cm. x 9,8 cm.

 **1/2 Página horiz. Cent/Unidas**  
54,8 cm. x 14,8 cm.  
 **1/2 Página vert. Cent/Unidas**  
12,9 cm. x 30,9 cm.

 **1/2 Página horiz. Enfrentada**  
26,2 cm. x 14,8 cm.  
 **1/2 Página vert. Enfrentada**  
12,9 cm. x 30,9 cm.

 **Página Cent/ Unidas**  
54,8 cm. x 30,9 cm.

 **Páginas Enfrentadas**  
26,2 cm. x 30,9 cm.

#### INDETERMINADA

10.239

13.164

20.477

24.200

27.500

35.000

17.219

36.859

36.859

52.500

52.500

#### Recargos

1 Color 30%

2 Colores 35%

Full color 40%

Alto / bajo 15%

Alto derecho / izquierda 20%

Bajo derecho / izquierda 20%

Consecutivas 15%

Enfrentadas 10%

Indicando pág. 30%

Última página 45%

Impar 10%

**Tarifas  
promocionales  
Sept. - Dic.**

#### Avisos Desplegados

 **Vertical 1x5**  
1col x 5 cm.  
4,1 cm. x 4,8 cm.

561

 **Horizontal 2x8**  
2col x 8 cm.  
8,5 cm. x 7,8 cm.

1.791

 **Horizontal 3x5**  
3col x 5 cm.  
12,9 cm. x 4,8 cm.

1.689

 **Horizontal 2x3**  
2col x 3 cm.  
8,5 cm. x 2,8 cm.

668

 **Vertical 2x10**  
2col x 10 cm.  
8,5 cm. x 9,8 cm.

2.704

 **Horizontal 3x8**  
3col x 8 cm.  
12,9 cm. x 7,8 cm.

3.245

 **Horizontal 2x6**  
2col x 6 cm.  
8,5 cm. x 4,8 cm.

1.125

# ANEXO N° 14

## Tarifas de publicidad en el diario Primera Hora

Tarifas Vigentes <b>septiembre/diciembre 2011</b>					
<b>Módulos</b>	INDET.	<b>Módulos</b>	INDET.	<b>Módulos</b>	INDET.
<b>Vertical 2x20</b> 2col x 20cm 8,5 cm. x 19,8 cm.	8.939	<b>Horizontal 3x10</b> 3col x 10 cm 12,9 cm. x 9,8 cm.	6.664	<b>Horizontal 5x5</b> 5col x 5 cm 21,8 cm. x 4,8 cm.	5.526
<b>Vertical 2x31</b> 2col x 31cm 8,5 cm. x 30,9 cm.	13.977	<b>Horizontal 4x5</b> 4col x 5 cm 17,3 cm. x 4,8 cm.	4.388	<b>Horizontal 6x5</b> 6col x 5 cm 26,2 cm. x 4,8 cm.	6.664
<b>Vertical 3x20</b> 3col x 20 cm 12,9 cm. x 19,8 cm.	13.164	<b>Horizontal 4x10</b> 4col x 10 cm 17,3 cm. x 9,8 cm.	8.939	<b>Horizontal 6x8</b> 6col x 8 cm 26,2 cm. x 7,8 cm.	10.725
<b>Mercado de Trabajo</b>					
<b>Horizontal 2x5</b> 2col x 5cm 8,5 cm. x 4,8 cm.	INDET. 525	<b>Horizontal 3x5</b> 3col x 5 cm 12,9 cm. x 4,8 cm.	INDET. 1.344	<b>1/4 de Página</b> 12,9 cm. x 14,8 cm.	INDET. 8.295
<b>Horizontal 2x8</b> 2col x 8 cm 8,5 cm. x 7,8 cm.	1.418	<b>Horizontal 3x8</b> 3col x 8 cm 12,9 cm. x 7,8 cm.	2.625	<b>1/2 Página horizontal</b> 26,2 cm. x 14,8 cm.	16.590
<b>Vertical 2x10</b> 2col x 10 cm 8,5 cm. x 9,8 cm.	2.090	<b>Horizontal 3x10</b> 3col x 10 cm 12,9 cm. x 9,8 cm.	3.134	<b>1/2 Página vertical</b> 12,9 cm. x 30,9 cm.	23.100
<b>1 Página</b> 26,2 cm. x 30,9 cm.				23.100	
<b>Avisos Diferenciadores</b>					
<b>Triángulo o figura en pág.</b> Triángulo: 40,5 cm. x 26,2 cm. x 30,9 cm. Figura: diámetro 15,4 cm.	INDET. 52.448	<b>Diagonal en página*</b> Diag. esquina a esquina: 40,5 cm. Ancho: 6,5 cm.	INDET. 45.098	<b>Esquinero en pág*</b> Largo: 8,5 cm. Ancho: 4,8 cm.	INDET. 10.448
<b>Triángulo o figura Cent/Uni.</b> Triángulo: 40,5 cm. x 26,2 cm. x 30,9 cm. Figura: diámetro 25 cm.	76.049	<b>Diagonal en Cent/Uni*</b> Diag. esquina a esquina: 62,9 cm. Ancho: 6,5 cm.	65.602	<b>L o T y T invertida en pág*</b> Horizontal: 26,2 cm. x Ancho: 6,5 cm. Vertical: 30,9 cm. x 6,5 cm.	48.773
NOTA: Las tarifas Incluyen recargo de color. (*) Recargo por silueteado del 15%.					
<b>Encartes</b>		<b>Distribución Segmentada</b>			
Encarte por ruta	2.500	<b>Área Metropolitana de Caracas</b>			
Encarte todas las rutas	32.000				
Uniformes, portadas falsas y samplings	Solicitar cotización				
Portadas					
Cabecero 1x5	4.344	Ruta E.1 El Hatillo	Ruta E.5 Plaza Venezuela	Ruta E.9 Chacao	Ruta E.13 La California
Cabecero 2x5	8.687	Ruta E.2 El Peñón	Ruta E.6 El Paraíso	Ruta E.10 San Ignacio	Ruta E.14 Terrazas del Avila
Cabecero 3x5	13.031	Ruta E.3 Santa Fe	Ruta E.7 Las Mercedes	Ruta E.11 Altamira	Ruta E.15 Macaracuay
Llamado 2x3	4.033	Ruta E.4 Los Campitos	Ruta E.8 Valle Arriba	Ruta E.12 Los Dos Caminos	Ruta E.16 El Cafetal
Pie de portada 4x6	15.824				

Para la solicitud de cualquier otro aviso no presentado en tarifa, u otra información comunicarse a la **Gerencia de Ventas** a los teléfonos: (0212) 203.3623 / 3196.

**Primera Hora.**

## ANEXO N° 15

Selección de páginas de ediciones anteriores del periódico Tierra de Nadie:



# ANEXO N° 16

## La comida también es patrimonio

*Un recorrido por los cafetines de la Ciudad Universitaria de Caracas para indagar en la gastronomía de ese patrimonio de la humanidad.*



**Y el comedor**

En el comedor del edificio de la Universidad de Caracas, el ambiente es acogedor y familiar. Los estudiantes y profesores se reúnen para comer y conversar. El lugar está bien iluminado y tiene una decoración sencilla pero agradable. En la barra, se ven platos variados y frescos. El personal del comedor es amable y atento al servicio.

**La ruta gastronómica**

Apoyándonos en los mapas de la ciudad, vamos a descubrir los puntos de interés gastronómico. En la zona de la Ciudad Universitaria, encontramos varios restaurantes y cafeterías que ofrecen platos típicos de la región. Cada lugar tiene su propia historia y tradición culinaria.

Tierra de Nadie - N° 5

## PORTADA

**Plan Vigía del Patrimonio**

El COPEED es una institución que promueve el patrimonio cultural y educativo. Su misión es preservar y difundir el conocimiento y las tradiciones de nuestra sociedad. A través de sus programas, busca fortalecer la identidad y el orgullo de los ciudadanos.

Tierra de Nadie - N° 5

## CULTURA URBANA

### DA LÍNEA ENTRE EL ARTE Y EL MO

**QUE ES, ENTRE EL MUNDO DE PLAZAS DEBE EL ESTADO DE NUESTRA VOZ A VOZES LAS CALLES DEL ARTE**

**Venezuela Rogal**

El arte es el espíritu que anima a una nación. En Venezuela, el arte urbano ha crecido rápidamente, convirtiéndose en una forma de expresión social y política. Los artistas utilizan las paredes de las ciudades para contar historias y transmitir mensajes.

**Medidas**

El gobierno debe implementar medidas que protejan y promuevan el arte urbano. Esto incluye la creación de espacios legales para los artistas y la promoción de festivales de arte callejero.

Tierra de Nadie - N° 5

## 10 Tierra de Nadie - N° 4

# PERFIL DE DIRECTOR

## Gustavo Rondó

Perfomática AKAH Festival es el festival de música electrónica más importante de la UCV. Gustavo Rondó es el director del evento, responsable de organizar una experiencia única para los asistentes. Su trabajo implica coordinar a cientos de artistas, técnicos y voluntarios para garantizar el éxito del festival.

Tierra de Nadie - N° 4