



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**“PROPUESTA DE MANUAL DE INDUCCIÓN PARA EL UNIVERSAL  
ONLINE. REPORTE DE EXPERIENCIA PROFESIONAL”**

**T E S I N A**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
CON ESPECIALIDAD EN PRODUCCIÓN**

**P R E S E N T A:**

**MONTES ARCINIEGA JUANA MARISOL**

**Asesora: Dra. Francisca Robles**



**México, D.F.**

**2010**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## AGRADECIMIENTOS

Es un día de abril de 2010... y de acuerdo con el esquema que tengo en mis manos, este es el espacio para ofrecer mis más sinceras gratitudes a todas las personas que de alguna u otra manera me han traído hasta este momento; es difícil nombrar a todas, pero ahí va:

Antes de todo, es primordial para mí darle las gracias a Dios por todo lo que me ha dado, por traerme hasta esta etapa en mi vida, perdóname por los tantos reproches cuando me cegó, sé que todo lo a veces la gente nombramos "buenos" y "malos" momentos, no son más que pruebas en la vida, de esas que me han hecho ser tan fuerte y realizar grandes cosas, como ésta en mi carrera profesional. ¡Gracias por todo! has sido demasiado generoso dándome una familia maravillosa y poniendo en mi camino a personas sumamente especiales.

A la UNAM, por darme la oportunidad de haber estado en sus aulas, es un orgullo ser "Puma"; y a la Doctora Francisca por su valioso tiempo, porque no cualquier maestro le brinda espacio, por pequeño que sea, a los alumnos y eso es lo que hace grandes y valiosas a las personas. Le agradezco su paciencia y no temerle a ningún tema, porque eso nos llena energía y seguridad para sacar las cosas adelante.

A mis padres y a mi hermana:

A la mujer que tanto amo, que con su ejemplo de fortaleza me ha enseñado a seguir mis sueños hasta alcanzarlos. Te agradezco tus desveladas y haber "cursado" la toda la escuela junto a mí; tu paciencia y amor me han hecho llegar hasta este momento especial y a continuar... Gracias María de Jesús, te tocó la parte más fuerte pero haz hecho un excelente trabajo, sin tí nada de esto sería posible.

A mi "Chikí" que tanto adoro, que con su amor, paciencia y apoyo en todo me ha hecho soñar y luchar por lo que quiera; no soy arquitecta, no soy abogada, soy lo que soy... pero todo gracias a usted, porque siempre me ha dado las mejores palabras y se ha hecho cómplice de mis "locuras"... Gracias Praxedis Montes por estar conmigo en todo momento y hacerme ver las cosas lindas de la vida.

A mi otra "madre", porque si tí mi vida no sería la misma. Quizá te tocó un papel difícil, algo que no te correspondía, pero puedo decir que eres la mejor hermana del mundo, porque siempre me apoyas en todo, compartes mis grandes "ideotass" y por locas

que parezcan, siempre haces algo por estar ahí. Gracias Moní, eres parte importantísima y fundamental en este gran paso en mi vida.

A esa persona que fue importante en mi vida y lo seguirá siendo. Gracias Jorge Gold por todo tu apoyo en la universidad y en muchas, muchas otras cosas; gracias por haber engrandecido mis logros, por pequeños que fueran.

A los Cazares Hernández: Gaby, Tatis, Danny y Javier, porque ustedes son muy importantes en mi vida, gracias por todo su apoyo, no tienen idea de lo mucho que los quiero.

Gracias a Inés por todo, por sus consejos, tiempo y apoyo; a Cindy, porque a pesar de nuestros cambios en la vida, siempre fuimos y seremos tres.

A pesar de que no expresamos nuestro sentir constantemente, son parte importante en mi vida mi Tía Toña, Gus, Adriana, Letty, Arturo y toda la bola de "chamacos" a los que quiero.

A mi prima Jessy Montes, por escucharme y apoyarme. A mis tíos, tías y toodos los primos.

A mis amigos: Ericka, Elizabeth, y Erick por cursar conmigo "La escuela de la vida", les agradezco su 'aguante' con mis "locuras" y haber compartido y seguir compartiendo cosas maravillosas; a Vane por dejarme entrar en su corazón; y a Dania por tantos años.

A Juan que a pesar de las distancias siempre estas y estoy ahí, gracias por tantas cosas y tantas risas "menso".

A todos mis compañeros y "maestros" de El Universal, por sus enseñanzas y consejos: Rafa, Luisito, "Carmela", Serch, Gabo...y a todas la grandiosas personas que he conocido en ese lugar, "Camarón", Gus gracias por sus palabras y apoyo.

Y puedo seguir así... quisiera mencionar a todas las personas que son importantes... sí las olvido, espero poder decírlas en persona.

Gracias por todo a todos, y espero que sigan siendo parte de los próximos capítulos de mi vida, de los que sólo Dios sabe que sigue....

# ÍNDICE

Introducción.....	6
<b>1. El área de El Universal Online</b>	
1.1 El universal online.....	9
1.1.1 El Universal 2.0.....	13
1.1.2 La era 2.0.....	15
1.1.3 Los interactivos.....	16
1.1.4 Transformaciones en la página de internet.....	18
1.2 La página de El Universal.com.....	20
1.2.1 El home.....	20
1.2.2 Contenidos por secciones.....	22
1.2.3 Foto principal.....	23
1.2.4 Caja de videos.....	24
1.2.5 Destacamos.....	25
1.2.6 Parte inferior de la página.....	25
1.3 Equipo de El Universal online.....	29
1.4 Conclusiones.....	34
<b>2. Diagnóstico de la inducción</b>	
2.1 Llegada a El Universal.....	37
2.2 Inducción en El Universal.....	38
2.3 Percepción de la inducción.....	39

2.4	Propósito del manual de Inducción .....	43
2.4.1	Definición de Manual de Inducción.....	43
2.4.2	Objetivo del Manual de Inducción.....	44
2.5	Análisis FODA.....	46
2.6	Conclusiones.....	48

### 3. Manual de Inducción

Índice

Introducción

Historia de El Universal Online

Directorio

Organigrama

Descripción de los puestos- Funciones

Reglamento

Código de ética

3.1	Conclusiones.....	51
-----	-------------------	----

<b>Conclusiones Generales.....</b>	<b>53</b>
------------------------------------	-----------

<b>Fuentes.....</b>	<b>56</b>
---------------------	-----------

## Introducción

Los motivos que me orillaron a la realización del presente trabajo es la experiencia a través de un medio que cada vez gana más potencia: internet, el medio que vino a revolucionar la manera de comunicarnos.

Ya que nos encontramos en un medio de comunicación, resulta que lo menos que hay a la llegada de un nuevo integrante al área de la redacción de internet es eso: comunicación. Es por eso que pretendo que con un manual de inducción para *El Universal Online* se mejore ese punto en el área.

El objetivo de este trabajo es mejorar los niveles de desempeño de un trabajador en un tiempo más corto por medio del manual de inducción. Que el recién llegado al área se sienta más rápidamente involucrado en el equipo de trabajo y asimismo familiarizado.

También pretendo que este escrito sirva para dar una visión de la operación que se desarrolla en una página de internet de corte noticioso.

A través de la experiencia adquirida en *El Universal Online* contribuir, a quienes se acerquen a este escrito, a que conozcan la dinámica del periodismo en línea, ya que dado el crecimiento del uso del internet, puede ser para las nuevas generaciones uno de los campos de trabajo más atractivos.

Gran parte de los hoy periodistas digitales llegaron a este medio del periodismo tradicional, y poco a poco fueron conociendo las herramientas y tecnologías, así como un lenguaje “un tanto diferente” para poder comunicar a través de una página de internet las noticias.

Para todos aquellos periodistas o que pretenden ir por este camino, es necesario que lleguen a ser más eficientes a través del uso de las tecnologías,

ya que el periodismo está evolucionando en ese sentido. Cada día los periódicos y revistas se unen más a éstas, ya que la gente prefiere informarse a través de internet por su rapidez y por economía, lo que da paso a contratar a egresados con conocimientos en el ámbito digital. Es ahí donde también radica la importancia del presente.

En el capítulo 1 se da cuenta de la empresa en la que me enfoco, en la que relato parte de mi experiencia: *El Universal Online*. De ésta se habla de cuestiones como la historia del área, la descripción de la página y la gente que la actualiza.

En el capítulo 2 se hace un diagnóstico entre la gente con menos tiempo para poder justificar un poco más el por qué de la necesidad de un manual de inducción, se analiza cómo es la llegada de un integrante a la empresa y al área específicamente.

En el capítulo 3 se presenta en forma el Manual de Inducción y cuestiones que tienen que ver con la gente, cargos y responsabilidades de cada puesto para actualizar la página.

En éste último, presento un logotipo de *El Universal Online*, por su puesto con el institucional, pero con un agregado del área. Me resultó interesante hacer también esta propuesta ya que específicamente en el área no hay una representación como esta y puede dar un sentido de pertenencia.



# CAPÍTULO 1

El área de *El Universal Online*

## 1.1 EL UNIVERSAL ONLINE

La primera parte de este trabajo tiene el objetivo de dar conocer a *El Universal Online* en aspectos históricos, físicos, así como de su personal que forma parte del área actualmente.

La historia de un periódico con una trayectoria de más de 93 años<sup>1</sup> no podía quedar solamente plasmada en las publicaciones del impreso. *El Universal* tenía que evolucionar al paso de la tecnología para informar a la gente, y así fue.

La presencia de El Universal en internet<sup>2</sup> tiene sus inicios el 26 de marzo de 1996, en ese año ya existía internet, pero su uso y utilidad no estaba tan extendido como ahora, es por eso que el *Gran Diario de México* buscó la manera de hacer más útil esa herramienta que se consolidaba cada día más.

En esa fecha, el Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración del Periódico, licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz, y el entonces rector de la

---

<sup>1</sup> La casa ubicada en Madero 36, en pleno centro de la ciudad capital, fue testigo del nacimiento del periodismo empresarial en México, el 1 de octubre de 1916.

*El Universal*, "Diario Político de la Mañana", surgió, según palabras de su fundador Félix Fulgencio Palavicini, "para depurar, para fijar, para limpiar el concepto nebuloso, a veces erróneo, que había de la Revolución, a principios del triunfo militar del Constitucionalismo. (Pág.3) Villarelo R., Alberto. *Historia de El Universal, El Gran Diario de México. 1916-1991*. México. 1991. Ed. El Universal compañía periodística Nacional SA de CV.

<sup>2</sup> La Real Academia lo define como "Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación. "En términos prácticos internet es la posibilidad de comunicarnos a través de una computadora con otras en cualquier ciudad, estado o país del mundo, gracias a un conjunto de redes interconectadas". (Pág. 4) Tesis: López Martínez, Beatriz. *La televisión comercial de México en internet*. UNAM, FCPyS, México, 2000.

Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Doctor José Sarukhán Kermez<sup>3</sup>, firmaron el convenio de cooperación para la publicación electrónica del diario, que apareció en la red<sup>4</sup> desde el 1 de abril de ese mismo año.

“La operación comienza con una versión del diario impreso que se actualizaba todos los días por la madrugada. El 2 de julio de 2000, con la cobertura de las elecciones de ese año, se inicia la publicación de noticias en tiempo real<sup>5</sup>. Nace así su servicio Minuto x Minuto. Ese día se registraron 10 mil visitas al sitio”<sup>6</sup>.

A decir de Jorge Cervantes<sup>7</sup>, “las elecciones que llevan a Vicente Fox<sup>8</sup> a la presidencia en el 2000 fue el parteaguas de *El Universal Online*”.

Es así como *El Gran Diario de México* dio sus primeros pasos en la red, durante cuatro años (1996- 2000) hizo una serie de experimentos para llegar hasta el gran proyecto y definitivo.

“Fue incorporando elementos interactivos y multimedia hasta llegar a su primer gran momento definitivo: el 7 de marzo de 2001, cuando su director general, Juan

---

<sup>3</sup> El biólogo investigador estuvo al frente de la máxima casa de estudios por dos periodos de 1989 a 1997. [http://es.wikipedia.org/wiki/José\\_Sarukhán\\_Kermez](http://es.wikipedia.org/wiki/José_Sarukhán_Kermez) [consultada 25 de agosto de 2009]

<sup>4</sup> Técnicamente se refiere al término World Wide Web (www)

<sup>5</sup> Se refiere a la publicación de noticias de último momento.

<sup>6</sup> *El Universal, espejo de nuestro tiempo. 90 años de El Gran Diario de México*. 2006. México. Editorial MVS. Pág. 220.

<sup>7</sup> Subdirector de contenidos de *El Universal Online*.

<sup>8</sup> Político y empresario mexicano. Militante del Partido Acción Nacional (PAN) fue presidente de México del 1 de diciembre de 2000 al 30 de noviembre de 2006. Su elección marcó el final de un periodo de más de 70 años el que todos los mandatarios federales eran de extracción del Partido Revolucionario Institucional (PRI) o de partidos que dieron origen a éste.

Francisco Ealy Jr., inauguró el nuevo diseño y funcionalidad de un portal<sup>9</sup> dotado ya de noticias minuto por minuto, secciones exclusivas como Fotogalería, Tu Dinero y Guía del Ocio, más nueve tradicionales, entre éstas Nación, Ciudad, Finanzas, Espectáculos y Deportes; El Aviso Oportuno con anuncios en línea; un reporte diario del clima de las principales ciudades del país, horóscopos, cinco suplementos semanales y un buscador, además de la edición impresa del periódico<sup>10</sup>.

A tan sólo un año de su puesta en marcha con su primera transformación, el 6 de marzo de 2002 el licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz, presidente y director general de *El Universal* puso en funcionamiento una nueva edición en internet de sus servicios informativos y anuncios clasificados, la cual tenía el objetivo de ofrecer mayores servicios al usuario con información más ordenada y funciones gratuitas.

Dentro de las nuevas herramientas que se habían implementado destacaba un menú para que el usuario recibiera en su correo electrónico información sobre bienes y servicios de su interés, como ofertas de empleos, compra-venta de automóviles, oferta de casas, departamentos, edificios y terrenos, así como las noticias del día.

---

<sup>9</sup> La gente suele referirse de la misma manera a una página de internet y a un portal, aunque estrictamente son diferentes. Una "página es la unidad más pequeña representada en la Web; un portal es una plataforma de despegue para la navegación en la Web", [http://www.formacionenlinea.edu.ve/todopublico/todo\\_publico/curso\\_paginasweb/unidad1/diferenciaentre\\_pagina\\_web\\_sitiou1.html](http://www.formacionenlinea.edu.ve/todopublico/todo_publico/curso_paginasweb/unidad1/diferenciaentre_pagina_web_sitiou1.html) [consultada 17 de abril de 2010]

<sup>10</sup> Cervantes Magaña, José Luis. Tesis de Licenciatura: *El Universal en la era de internet*. Escuela de Estudios Profesionales Acatlán, UNAM, 2003. Pág. 23.

Ese nuevo diseño ofrecía “mayores espacios publicitarios y posiciones para destacar trabajos especiales y contenidos interactivos como sondeos, foros y chats”<sup>11</sup>.

*ElUniversal.com.mx.*, de acuerdo con la propia página de internet, se posicionó rápidamente como líder en noticias... y es uno de los sitios en español con más tráfico en todo el mundo. En mayo de 2007 tuvo 3.2 millones de usuarios únicos, 105 millones de páginas vistas y 1.6 millones de descargas de video<sup>12</sup>.

Tras la buena aceptación que tuvo la página de internet entre los usuarios, la Asociación Mexicana de Empresas de Internet (AMIPCI) otorgó el reconocimiento por ser el mejor sitio de información el año 2005, en la categoría “Medio de Comunicación”<sup>13</sup>.

Hace poco tiempo, durante una junta de trabajo<sup>14</sup> con el equipo de *El Universal Online*, el señor Ignacio Catalán<sup>15</sup> recordó los inicios de la página de internet.

Yo, sumamente atenta a todo lo que pudiera decir, pues era muy valioso para este trabajo, recuerdo que hizo memoria y se remontó diez años atrás, en donde él y la dirección se planteaban, en esa misma sala en donde nos encontrábamos, la meta de conquistar 30 mil visitas al día.

---

<sup>11</sup> [http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_notas=81129&tabla=nacion](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=81129&tabla=nacion) [consultada 8 de noviembre de 2009]

<sup>12</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/disenio/directorios08/historia1.html> [consultada 23 de agosto de 2009]

<sup>13</sup> <http://www.amipci.org.mx/reconocimientos/index.php?reconocimiento=2005&ver=Ver> [consultada 22 de agosto de 2009]

<sup>14</sup> La junta se realizó el 27 de agosto de 2009.

<sup>15</sup> Economista y director online de *El Universal*. Ha escrito en diarios y comentado en radio sobre los efectos de diferentes crisis desde 1987.

No cabe duda que lograron ese cometido, ya que las cifras actuales de la página dicen que tiene en promedio 70 mil visitas al día, y el crecimiento de usuarios es de 50% anual.

### **1.1.1 EL UNIVERSAL 2.0**

Así como se dio paso a la evolución de comunicar a la gente, de introducirse a las nuevas herramientas de la información, *El Universal* tenía que seguir ofreciendo mejoras en su página de internet.

“Cuando se inició el sitio era muy plano, sólo había notas, no había posibilidad de meter imágenes porque hacían lento el sitio. No había fotografías, no había videos y se fueron metiendo poco a poco las herramientas elementales”<sup>16</sup>

Ya con una posición como el sitio líder de información en México, el online de la empresa decidió dar un paso más a la vanguardia: llegó *El Universal 2.0*.

Yo ya contaba con algunos meses en el periódico, por lo que tuve la oportunidad de notar el cambio que se ofrecía antes y después de esta nueva etapa.

El lunes 16 de junio de 2008 se anunciaba en la portada el cambio que vendría tanto para el impreso como para el online.

El texto decía:

“Este martes (17 de junio) usted descubrirá en *El Universal* una evolución editorial.

Su cara impresa estará renovada y su expresión en internet será de vanguardia.

---

<sup>16</sup> Entrevista a Jorge Cervantes, subdirector de contenidos online (octubre de 2009)

*El Universal* desarrolló un nuevo diseño editorial como medio de comunicación, y se reorganizó internamente para construir una fábrica de contenidos a fin de que tenga usted, como siempre, la mejor información”<sup>17</sup>.

Así, el gran cambio para *El Universal Online* llegó el 17 de junio de ese año, el cual significó un paso más a la manera de informar y de estar en contacto con el usuario de México y de todo el mundo.

---

<sup>17</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/notas/515154.html> [24 de agosto de 2009]



(Portada del periódico del 16 de junio de 2008, día en que se anunciaba *El Universal* 2.0)

### 1.1.2 La era 2.0

¿Qué significa esto de pasar a la era 2.0? El término refiere una “segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología web, y está comúnmente asociado con un fenómeno social, basado en la interacción que se logra a partir de



diferentes aplicaciones que facilitan el compartir información, la interoperatividad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web.<sup>18</sup>

El modelo se refiere a páginas o sitios de internet que obtienen gran parte de su valor a través de los usuarios.

“En el modelo 1.0, un editor web podía cargar contenido para que muchos otros leyeran y la transacción de comunicación terminara ahí. El modelo 2.0 no sólo permite a aquellos ‘muchos otros’ comentar y agregar el contenido publicado por el editor, sino que ellos (la audiencia<sup>19</sup>), puedan también agregar contenidos por sí mismos”<sup>20</sup>

La web 2.0 se trata de una apertura para la comunidad a la retroalimentación y los aportes, que puedan comunicarse por medio de comentarios, reportes, ideas, etcétera, es decir que da paso a la interacción.

La evolución a la web 2.0 sustituye la pasividad por la utilización activa del medio.

### **1.1.3 Los interactivos**

Los usuarios ya no son los receptores que se quedan sólo con el contenido de una nota; dejaron de ser pasivos y crean y comentan lo que se les está informando.

“Una de las características más innovadoras de los nuevos medios lo constituye la instauración de una modalidad comunicativa no permitida antes: la comunicación interactiva... La interactividad se define ante todo como diferencia –o más

---

<sup>18</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0) [consultada 30 de agosto de 2009]

<sup>19</sup> Los usuarios o las personas que siguen a la página de internet

<sup>20</sup> Briggs, Mark. *Periodismo 2.0, Una guía de alfabetización digital*. 2007. Pág. 34.

exactamente evolución– respecto de la comunicación permitida por los media unidireccionales y se caracteriza por la sustitución de la penalización pasiva por una utilización activa del medio”.<sup>21</sup>

Anteriormente, la página de internet ya contaba con espacios interactivos. “Las cuestiones de los foros, de la posibilidad de que la gente se reuniera e integrara comunidades para discutir un tema se inicio muy pronto, en el 2001 y se comenzaron a hacer chats y sondeos, nacieron prácticamente con *El Universal*. Desde ese tiempo se ha tratado de hacer comunidad, pero sí hubo un explosión desde hace un par de años”<sup>22</sup>. Con esta entrada al 2.0 se volvieron más amplios.

Los *foros* son espacios abiertos a los usuarios, dicen prácticamente lo que piensan, a través de esta herramienta se dejan ver las impresiones de la gente sobre cualquier tema, además no obstante con su opinión, comparan su punto de vista con las de otros usuarios.

Los *sondeos* también dejan ver la opinión del lector de cualquier tema, pero a diferencia de los foros, éstos son realizados con opciones de respuesta cerradas. A través de su voto se hacen partícipes en el espacio.

Los *chats* son conversaciones simultáneas con alguna persona o personaje. Este espacio está abierto para todos los usuarios, por lo cual podríamos decir que se trata de una entrevista que hacen al invitado a través de internet.

---

<sup>21</sup> Bettetini, Gianfranco. Colombo, Fausto. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. España, 1995, Pág. 150

<sup>22</sup> Entrevista a Jorge Cervantes, subdirector de contenidos online (octubre de 2009).

#### 1.1.4 Transformaciones en la página de internet

La nueva cara de *El Universal Online* pasó a ser más atractiva, renovó incluso el color azul, representativo de la empresa, por un tono un poco más oscuro, con el cual la presentación de los contenidos en el home<sup>23</sup> es más elegante.

Pero además de este gran paso en el diseño, el cambio viene con los usuarios, que son los que ahora prueban nuevas prácticas.

Los nuevos espacios interactivos que entraron fueron *Comenta la nota*, en el cual el lector puede dejar su opinión o comentario respecto al contenido que está leyendo. El mes de noviembre de 2008 se abrió ésta interacción; actualmente existen alrededor de 85 mil personas registradas para comentar.

Este espacio se ha convertido en todo un éxito, la gente se divierte también ya que se tiene la oportunidad de hacer replica a otros usuarios o votar a favor o en contra de lo que dicen, lo cual termina siendo en todo un foro de discusión.

También se creó la sección de *Reportero ciudadano*, en donde los usuarios tienen la oportunidad de informar y compartir casos y cosas, pueden incluso denunciar en ese espacio situaciones vecinales, hasta se ha llegado a ver a reportes de mascotas extraviadas. Y claro, continuaron los ya mencionados *Foros de opinión*, *Chats* y *Blogs*.

Los lectores exigen cada vez más y están atentos a los contenidos, no son capaces de perdonar el mínimo error; con estas herramientas de interacción

---

<sup>23</sup> Se le llama así a la página principal de *El Universal* en su presentación online

hacen que un periodista digital tenga más cuidado y sea más atento a lo que escriben.

Tal como ha pasado un sin número de veces, cuando en un descuido de “dedazo”<sup>24</sup> o de imprecisión no dejan de criticar o de hacer referencia al error. Pero eso también tiene sus ventajas, en la anterior etapa un error leído por los usuarios se quedaba así y no había manera de que los lectores pudieran formar parte del medio y te ayudaran con sus críticas y sugerencias.

El panorama digital y las nuevas tecnologías están llenos de cambios que constantemente hacen a un medio de comunicación transformar su forma de operar.

La página de internet ha mantenido un constante crecimiento desde su aparición. “En todos los sitios de *El Universal* hay alrededor del 900 mil personas, el 10% está registrado y tienen libertad para comentar las notas”<sup>25</sup>.

La aportación del usuario es muy importante ya que demandan contenidos, son “escuchados” e inclusive han sido parte importante para ciertas noticias, ya que algunas han surgido de sus denuncias.

La redacción online busca de diferentes maneras atrapar el interés del usuario y se está logrando perfectamente con el 2.0. En la página se ofrecen contenidos, además de información escrita, videos, audios, gráficos animados, fotogalerías, así como televisión y radio.

---

<sup>24</sup> Cuando existe una palabra mal escrita por error ortográfico o simplemente le falta una letra

<sup>25</sup> Datos obtenidos durante la entrevista a Jorge Cervantes, subdirector de contenidos en *El Universal Online* (Octubre de 2009).

Para poder realizar todos esos contenidos multimedia existe una respectiva área, además de la de redacción en la página de internet, se cuenta con una plataforma del impreso, así como áreas de diseño gráfico y de televisión y radio.

## **1.2 LA PÁGINA DE *EL UNIVERSAL.COM***

### **1.2.1 EL HOME**

El *home* es la prioridad para todos en la redacción online. Las diferentes secciones y suplementos se convierten en secundarios.

En el *home* resaltan las cinco notas más importantes que se vayan generando en el transcurso del día. Dentro de cada una de las notas es importante destacarle notas relacionadas al tema, así como ligas que lleven a contenidos multimedia. Esto es por una cuestión de estética y de atraer al usuario a que se quede un poco de más tiempo.

- [Cabeza de la nota](#) → **STPS niega toma de nota a sindicato electricista**  
Sostiene el secretario del Trabajo, Javier Lozano, que hubo inconsistencias en la documentación que presentó la Planilla Unidad y Democracia Sindical, encabezada por Martín Esparza 18:19  
> SME busca amparo; amaga con movilización 18:57  
> Ricardo Alemán Fin de Luz y Fuerza
- [Nota 1](#) →
- [Nota 2](#) → **Corte deslinda a Ruiz y Fox de violencia en caso Oaxaca**  
El ministro Mariano Azuela llega a la conclusión de que en las violaciones de las garantías sólo participaron mandos y elementos de las policías Federal y Estatal 17:34
- [Nota 3](#) → **ABM descarta violación legal en el caso de Banamex**  
Aclara el presidente ejecutivo de la Asociación de Bancos de México, Luis Robles, que la participación de gobiernos en bancos que tiene subsidiarias en México no es el caso de una sola institución bancaria en el país, sino de alrededor de 10 18:48
- [Sumario de la nota](#) →
- [Nota4](#) → **No vemos ahorro grande en paquete 2010: PRI**  
El coordinador del partido tricolor en San Lázaro, Francisco Rojas, rechaza que lo presionen los señalamientos del presidente Calderón que demanda aprobar aumento de impuestos 16:47  
> El árbol del 2% nos está impidiendo ver el bosque: Navarrete 16:58  
> PRD-DF lanzará campaña contra impuesto de 2% generalizado 15:41  
> Gobernador de Chiapas apoya impuesto de 2% 14:25  
> No se vale pedir más sin elevar recaudación: FCH 12:13  
> Economía mexicana, en el "sótano" de AL  
> Cobertura Crisis financiera mundial  
> Helioflores Prioridades  
> Foro ¿Por qué economía de Brasil sí crece y México no?  
> Foro ¿Cómo recaudar más sin aumentar impuestos?
- [Notas relacionadas](#) →
- [Ligas rojas](#) →
- [Nota 5](#) → **Se registra Guadalupe Morfín para la CNDH**  
La ex comisionada para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres en Ciudad Juárez es la sexta aspirante para sustituir a José Luis Soberanes 15:29  
> Azuela y Góngora declinan contender por la CNDH 13:16  
> Buscan ciudad en relevo de la CNDH  
> Foro ¿Quién te gusta para encabezar la CNDH?  
> Álvarez Icaza formaliza candidatura a CNDH

[LAS MÁS](#)



**APROBACIÓN.** El gobernador de Chiapas, Juan Sabines (l), respaldó la propuesta del impuesto del 2%, formulada por el presidente Felipe Calderón, pero consideró necesaria una canasta básica exenta | [Ver nota](#)  
(Foto: Lucía Godínez / EL UNIVERSAL) [Ampliar foto](#)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**MINUTO X MINUTO** Ampliado Titulares Video

- 19:15 Salcido llega a México para unirse al Tri
- 19:10 Equipos mexicanos mantienen actividad en fecha FIFA
- 19:04 PRD difunde lista de maestros comisionados en Morelos
- 18:58 Sub-17 está para hazañas importantes: González China
- 18:57 SME busca amparo; amaga con movilización
- 18:50 Jugada criminal, jugador termina con pierna destrozada
- 18:49 Plaza Sésamo festeja 36 años en tv mexicana
- 18:48 ABM descarta violación legal en el caso de Banamex
- 18:42 Toman Comisión Electoral del PRD en Veracruz
- 18:35 Universidad de Chiapingo construirá unidad en Chiapas pese a crisis
- 18:26 Rihanna y otro vestido para sorprender
- 18:19 STPS niega toma de nota a sindicato electricista
- 18:09 Luis Díaz, sorprendido por su salida del Rebaño
- 18:00 Emoción sobre las olas
- 17:57 Museo del Prado exhibe arte del siglo XIX

Ver todas las noticias

(Home de *El Universal.com* [5 de octubre de 2009])

En la parte superior aparece una barra que despliegan un menú con sus diferentes contenidos como:

*Aviso Oportuno, El Universal, El Universal TV, Secciones, Discusión, Fotogalerías, Tu dinero y Servicios.*

Menú  
de →  
secciones

AVISO OPORTUNO EL UNIVERSAL EL UNIVERSAL TV SECCIONES DISCUSIÓN FOTOGALERÍAS TU DINERO SERVICIOS

Inscripciones Abiertas www.uoc.edu **abrir**

» Loret de Moia  
Historias de  
reportero  
Se va Jesús Reyes  
Heróles

» José Cárdenas  
Ventana  
Hay un problema  
conceptual de fondo en  
día del 'Informe'

» García Soto  
Serpientes y  
Escaleras  
Godoy no apareció en  
toma de protesta

» Ricardo Rocha  
Detrás de la noticia  
Peor imposible... A  
mitad del camino de  
Calderón

**Confirman mensaje de Calderón por Informe**  
La cita será el miércoles 2 de septiembre en Palacio Nacional, a las 9:00 horas 17:44  
» Con *cañi center*, difunden el Informe de Calderón 31-08-2009  
» **Helioflores** Pena ajena  
» **Denise Maerker** Una salida digna

**AMLO: Juanito tiene la obligación de cumplir**  
El ex candidato presidencial dijo que esperará a que Rafael Acosta ceda la delegación a Clara Brugada, tal como lo había acordado con el pueblo de Iztapalapa 19:40  
» Diputados del PRD buscan negociar con Juanito 31-08-2009  
» PT-DF se deslinda y deja solo a Juanito 31-08-2009  
» Desmarca Ortega a Nueva Izquierda de Juanito 31-08-2009  
» **Bajo Reserva** 'Juanito' hará lo que soñó  
» **Video** 'Juanito' dice que gobernará a Iztapalapa

**EN ALERTA** Las playas en Los Cabos lucen vacías ante la llegada del huracán *Jinero*, que ya alcanzó la categoría 5 y se prevé que toque las costas de Baja California Sur el próximo miércoles | Ver nota | VIDEO  
(Foto: AP) Ampliar foto

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**MINUTO X MINUTO** Ampliado Titulares Video  
01:01 **Entérate** ¿Qué hacer ante un huracán?  
00:51 América es líder raquítico: **Joserra**  
00:41 **Guitar Heroe** resucita a Kurt Cobain

¡Descarga música en MP3 aquí!  
**MIXUP DIGITAL**

**VIVE TABASCO**

¡es fácil, rápido y seguro!  
sube tu fotografía  
**¡Gratis!**

**Déjate ver**

(Home de *El Universal.com* [31 de agosto de 2009])

## 1.2.2 CONTENIDOS POR SECCIONES

En esta barra de opciones, *El Universal Online* ofrece contenidos por secciones tales como:

**En Avios Oportuno:** Inmuebles, vehículos, Empleos, Varios, Agencias, Agencia Online, Telemarketing, Clasificados en tu e-mail.

**El Universal:** Edición de hoy, Opinión, Cartones, El Gráfico, Hemeroteca.

**El Universal TV**

**Secciones:** El mundo, México, Estados, DF, Estado de México, Cartera, Pymes, Deportes, Sociedad, Ve futbol, Showbis (espectáculos), Letras + Artes, Estilos, Ciencia, Tecnología, Menú, Autopistas, Destinos, Reportero ciudadano.

**Discusión:** Chats, Foros y Blogs.

**Fotogalerías:** Que lleva a la sección Multimedia.

**Tu dinero:** Seguros, Planea y Cuánto cuesta; Tarjetas y Créditos; e Inversiones.

**Servicios:** Tu valet en celular, Horóscopos, Alerta vial DF, Clima, Léenos en RSS, El Universal móvil, Síguenos en *Twitter*<sup>26</sup>, El Universal en *Facebook*, Léenos en tu email, Haznos tu home, Su publicidad, Voz del lector, Suscripciones, Circulo Universal y Mapa del sitio.

### 1.2.3 FOTO PRINCIPAL

México D.F., a 5 de octubre de 2009 | 7:28 PM

**EL UNIVERSAL.com.mx**

AVISO OPORTUNO | EL UNIVERSAL | EL UNIVERSAL TV | SECCIONES | DISCUSIÓN | FOTOGALERÍAS | TU DINERO | SERVICIOS

**5 DE OCTUBRE**

**MÉXICO**  
PRIVADAS, LAS MEJORES ESCUELAS DE ENLACE  
Foro ¿Crees que colegios de paga superan a oficiales?

**MUNDO**  
NORUEGA, EL MEJOR PAÍS PARA VIVIR  
Le siguen Australia e Islandia; Níger, el peor

**KIOSKO**  
MARADONA DESPIDE A MERCEDES SOSA  
Se fue "La Negra"

**STPS niega toma de nota a sindicato electricista**  
Sostiene el secretario del Trabajo, Javier Lozano, que hubo inconsistencias en la documentación que presentó la Planilla Unidad y Democracia Sindical, encabezada por Martín Esparza 18:19  
» SME busca amparo; amaga con movilización 18:57  
» Ricardo Alemán Fin de Luz y Fuerza

**Corte deslinda a Ruiz y Fox de violencia en caso Oaxaca**  
El ministro Mariano Azuela llega a la conclusión de que en las violaciones de las garantías sólo participaron mandos y elementos de las policías Federal y Estatal 17:34

**APROBACIÓN.** El gobernador de Chiapas, Juan Sabines (l), respaldó la propuesta del impuesto del 2%, formulada por el presidente Felipe Calderón, pero consideró necesaria una canasta básica exenta | Ver nota  
(Foto: Lucía Godínez / EL UNIVERSAL) + Ampliar foto

PUBLICIDAD  
¡Descarga música en MP3 aquí!  
MIXUP DIGITAL  
Con Diconsa, el Gobierno Federal te  
GOBIERNO FEDERAL  
SEDESOL  
Diconsa  
Vida Mejor

Foto principal

(Home de *El Universal.com* [5 de octubre de 2009])

<sup>26</sup> Es un sitio gratuito que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas *tweets*, con un máximo de 140 caracteres



La foto que aparece en la parte superior de la página, como un género periodístico informativo más, es una imagen y una breve explicación que da a conocer hechos noticiosos que ocurrieron en horas recientes, tomando en cuenta que la información del *home* se desarrolla en tiempo real, además, es un enlace que lleva a conocer la nota informativa completa.

### 1.2.4 CAJA DE VIDEOS

A la mitad de la página se encuentra un cuadro, en el cual se pueden ver los videos más recientes que produce el equipo de Televisión de *El Universal*. Estos son video del día de cuestiones nacionales e internacionales de todas las secciones.



(Home de *El Universal.com* [18 de noviembre de 2009])

## 1.2.5 DESTACAMOS

Debajo de ésta hay una serie de cuatro *promos*<sup>27</sup>, a los cuales se le llaman *Destacamos*, y tal como lo menciona su nombre, sirve para enfatizar temas sobresalientes o de gancho para un *chat* que se realizará o se realiza en vivo. Éste y algunos otros *promos* sirven para optimizar el sitio en la parte visual y junto con un buen uso de imágenes, que lo hagan atractivo, estético y agradable, invitan al usuario a dar click y seguir navegando en la página.



(Home de *El Universal.com* [5 de octubre de 2009])

## 1.2.6 PARTE INFERIOR DE LA PÁGINA

Siguiendo el orden de arriba abajo tenemos la caja de Reportero Ciudadano, espacio para los usuarios en el cual *El Universal Online* ofrece publicar fotos, videos y textos sobre lo que sucede en su entorno, cosas que deseen compartir o

<sup>27</sup> Le llamamos así al espacio que contiene una foto y un texto específico de una nota relevante, la cual tiene que ser destacada y no dejarse perder para el usuario. Es una manera de rescatar noticias

denunciar. Asimismo se pide que reporten desde donde se encuentren, sucesos que les parezcan trascendentes, así como anécdotas que han marcado su vida, barrio o ciudad.

Debajo del Reportero Ciudadano la página comienza una división en tres columnas:

En la primera se colocan *promos* a los cuales se les denomina genérico sitio, que es un paquete informativo que muestra las principales notas que contiene otro sitio el cual también es parte de *El Universal Online*. En estos podemos ver *promos* tales como el de Ve Futbol, De 10, El Gráfico, o coberturas como la de Narcotráfico, Influenza o temas que vayan surgiendo.

En la segunda columna aparece “Noticias por sección”, cuadro que destaca una noticia importante; les sigue el bloque de “Otras notas relevantes”, cuadro para poner cinco notas diferentes de cualquier sección; y “Pasarela” cuadro de también cinco notas de espectáculos. Todos estos bloques son para rescatar lo importante que se ha generado a lo largo del día.

Debajo de éstos se encuentra un *promo* de una fotogalería relevante.

En la tercera división se localiza la caja de “Blogs<sup>28</sup>” en el cual se resalta tres de los que publican en el día, diariamente pueden aparecer distintos llamados de acuerdo con las publicaciones que se hacen. Debajo de ésta se encuentran cinco *promos*, conocidos en el área como “grises”. Éstos también son de carácter de relevancia de notas o contenidos importantes. Al final de la pagina, el extremo

---

<sup>28</sup> Es una bitácora en un sitio *web* en el que el autor o autores tienen la libertad de publicar lo que quieran y crean pertinente y es actualizado constantemente con textos o artículos

derecho se ubica “interactúa”, un *promo* que muestra algunos de los foros más recientes para que el usuario opine al respecto de uno o varios temas.

PUBLICIDAD

**AA** Advantage  
**AHORAR USAR SUS MILLAS ES MÁS FÁCIL Y FLEXIBLE**

American Airlines | AA.com

**vefutbol.com.mx**



**MESSI**  
BARCELONA REVIVE Y GOLEA  
El conjunto blaugrana arrrolla 6-1 a Zaragoza

**CHICA CARÓN**  
CR9 estrena novia...sí otra vez; concóclala

**DEL ÁREA TÉCNICA**  
Golazo de estrategia causa revuelo en Japón

**Y APARTE SE ENJOJÓ**  
Jens Lehmann hace "el oso" con el balón

**LIGA DE ESPAÑA**  
Almería de Hugo pierde el Invicto de local

**El Grafico** www.elgrafico.mx



**MÁS NOTAS**

- Toro da "cogida" a una militarera
- Proponen crear el dominio de internet .gay
- Lanzan en Japón hamburguesas de 7 pisos

**VIRAL**  
Abren sitio de ligue sólo para "bonitos"


**FARÁNDULA**  
Lorena Rojas se alista para cirugía reconstructiva

**EXXXTREMO**  
Salma, el mejor logo de Google

**Las lenguas más sexies de YouTube**

237,589 ejemplares diarios, circulación certificada Instituto Verificador de Medios

**www.De10.com.mx**



**JÓVENES**  
Los automóviles más seguros del 2009

**SALUD**  
Cómo se ve el efecto placebo

**CINE Y TV**  
¡Diez finales inesperados de película!

**SEXUALIDAD**  
Diez crueldades que hacen las mujeres contra los hombres

**WOW**  
Conoce las 10 mejores playas nudistas

**Mark Sánchez se recupera**  
lets barre sin piedad 38-0 a Raiders



El mariscal novato de origen mexicano se respuo de la mala actuación de la semana pasada y ayudó en la victoria de su equipo con una paliza

- Vaqueros muestran solidez ante Halcones Negros
- Acereros termina con el invicto de Vikings
- Sorprendente regreso de Santos para seguir invictos

Gráfico: Figuras a seguir en la NFL >

Cobertura    Sitio oficial    Foro de opinión

**REPORTERO CIUDADANO**  
Informa, comenta, comparte, denuncia

Delegaciones    Municipios

**Yo creo que el conductor de este taxi quiso ser paramédico de niño, porque le encanta seguir a las ambulancias cuando estas atienden una emergencia y así evitar el tráfico. Lo que no sabe este irresponsable al volante, es puede provocar un accidente o incluso impactarse con ..."**

**BERNARDO HERNÁNDEZ**  
ZONA METROPOLITANA | 26/10/2009

ENVÍA TU REPORTE



ESTE ES UN ESPACIO PARA TI. ENVÍA TUS FOTOS, VIDEOS Y TEXTOS SOBRE LO QUE SUCEDA EN TU ENTORNO, LO QUE SEA IMPORTANTE COMPARTIR Y NECESARIO DENUNCIAR. REPORTA DESDE DONDE ESTES LOS SUCEOS QUE TE PAREZCAN TRASCENDENTES Y REDACTA LAS ANÉCDOTAS QUE HAN MARCADO TU VIDA, TU BARRIO Y TU CIUDAD.

**NOTICIAS POR SECCIÓN**

MÉXICO | Concluye sin acuerdos plenaria del PRI en Senado 17:40

EL MUNDO | Evo Morales recibe un pastelazo en celebración de sus 50 años 15:13

ESTADOS | ONG piden frenar transgénicos en Sonora 17:07

D.F. | PT ofrece alternativa para aumento de tarifa de agua en DF 18:21

CARTERA | Sector privado reitera desacuerdo con paquete fiscal 17:57

ESTADO DE MÉXICO | 'Apagones' afectan 500 industrias en Naucalpan 18:03

SOCIEDAD | Casa Blanca se une a lucha contra el cáncer de mama 17:32

PYMES | Obtén el logotipo "Hecho en México" 17:32

DEPORTES | México termina segundo en natación de Juegos Escolares 13:14

SHOWBIS | Hijos de Jackson acuden a terapia 18:01

LETRAS + ARTES | Pamuk y Fuentes encabezarán la FIL Guadalajara 18:04

ESTILOS | Buenos Aires celebra el Día de los Cafés 17:51

CIENCIA | Vuelo de prueba de la NASA amenazado por lluvia 18:45

TECNO | Se presentó el EGS 2009 13:35

MENÚ | Deliciosa tentación 14:23

AUTOPISTAS | BMW celebra su 15 aniversario 16:39

DESTINOS | UNESCO y viajeros se unen para proteger Patrimonio Mundial 17:58

**BLOGS**

**Campos de batalla**  
Mario Campos  
¿QUE HAGAN LOS SENADORES CON #INTERNETNECESARIO?

**Universitari@s**  
Colectivo  
¿USAR EL AHORRO DE LOS TRABAJADORES?

**Urbanitas**  
Filemón Almaraz-Miranda  
"EN LA SOCIEDAD CONTROLADA FABRICAMOS EL PERSONAJE QUE SOMOS Y QUEREMOS SER"

**OPERAN EN LA ALAMEDA**  
PEDERASTAS EN EL DF  
Las 24 horas del día, pedófilos pueden llevarse niños en pleno Centro del DF  
[+] Más información >

Nota Lenones reclutaban a niñas de la calle

**ESCÁNDALO EN NUEVO MÉXICO**  
PROHIBEN EL ESPAÑOL  
El gerente de un hotel en EU pidió a sus trabajadores hispanos adaptar sus nombres al inglés  
[+] Más información >

**KIOSKO SHOWBIS**  
C.S.I CRIMINAL ÉXITO  
Laurence Fishburne adelanta lo que veremos en la décima temporada de la serie  
[+] Showbis >

**ANGELINA JOLIE**  
CON EL NOVIO DE MAMÁ  
Tenía 16 años y pasó una noche loca con la pareja de Marcheline Bertrand  
[+] Showbis >

Nota Asegura que es una persona normal

**COLONIA DEL VALLE**  
JÓVENES ENCARCELADOS  
Tres internos de un penal de adolescentes relatan sus crímenes y planes a futuro  
[+] Más información >

Nota Duración del coito no garantiza la satisfacción

**OTRAS NOTAS RELEVANTES**

- Discovery confirma versión de 1994 de EL UNIVERSAL
- Asesinan a sobrino de Micheletti y a jefe militar en Honduras
- A H1N1 causa 271 muertes en el país
- Van por denominación para jalapeño y de árbol
- Guggenheim entierra proyecto en México

**Pasarela**

- Yadhira, Roy y Mayrenne salen de La Academia
- Ernesto D'Alessio opina sobre Ale Guzmán
- Katy Perry, la cantante cristiana que se transformó al escuchar a Queen
- El secreto de Paris Hilton para lucir gran busto
- Alejandro Sanz muestra sus "dotes"

**Sexys vetadas**  
El número de artistas censurados en los países musulmanes y otras regiones aumenta cada día



**Interactúa**

- Foro ¿El gobierno hace lo suficiente contra la pedofilia?
- Foro ¿El Clásico valió el costo de los boletos?
- Foro ¿Has sido víctima de la inseguridad en paraderos de transporte?
- Foro ¿Te refugias en mails para protegerte de la inseguridad?

Reportero

Ciudadano

Blogs

Promo Gris

Foros

Genérico sitio

(Home de *El Universal.com* [26 de octubre de 2009])

### 1.3 EQUIPO DE *EL UNIVERSAL ONLINE*

Esta área en el periódico está conformada por alrededor de 26 personas, las cuales están repartidas para cubrir las necesidades de cada una de las secciones que contiene la página de internet. Cada trabajador está a cargo de funciones específicas para la distribución de la información.

El sitio amanece con las noticias que el impreso saca en el día, este proceso se realiza en la carga nocturna<sup>29</sup>, en las cuales operan Iván Quetcha y Martín Arredondo.

Como anteriormente ya se mencionó, el *home* es la prioridad, y los responsables de la “cara” principal son los editores.

Gabriel Rojas, licenciado en Comunicación por la Universidad Mexicana, es uno de los editores de contenidos, su tarea principal, como responsable de la apertura sitio consiste en administrar el *home* de noticias. “En las mañanas el trabajo consiste en revisar que el sitio funcione, que los contenidos que vienen en la edición impresa se vean reflejados a primera hora de la mañana y que empiece a fluir la información por si hay alguna nota reacción”. Para lo anterior es necesario “chechar que todos los contenidos funcionen, tanto audios, videos, gráficos, y

---

<sup>29</sup> Es un proceso en el que se montan todos los contenidos preparados, tanto de las notas que lleva el impreso, así como *promos* y contenidos que se realizan para su presentación desde las primeras horas del día

demás, que se ofrecen en realidad sí sean y no haya ligas rotas<sup>30</sup> o alguna nota que no corresponda que podría parecer como un engaño hacia los lectores”<sup>31</sup>.

Sergio Cárdenas, egresado del Tecnológico de Monterrey y licenciado en Ciencias de la Comunicación, con algunos cursos de Periodismo en línea, periodismo legislativo y algunos diplomados en edición, es el otro de los editores por las mañanas. En trabajo conjunto con Gabriel Rojas, Sergio se dedica a estar vigilando que los contenidos se presuman y seguir los temas que salen en el periódico, estar actualizando los *promos*, así como estar anticipando a la gente cuando saben que está programado algún evento como marchas, conferencias, etcétera.

Destaca que la tarea del editor es “estar alimentando la página principal, tomar la información de las diferentes secciones y tratar de acomodarla. Revisar notas, *promos* y estar checando que no haya errores. Asimismo estar en constante revisión para tener información actualizada, fotos y todos dentro de los parámetros en que tiene que estar”<sup>32</sup>.

Para la tarea vespertina en el mismo cargo y con una tarea similar están los editores Francisco Montaña, egresado de la carrera de Comunicación de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) Acatlán de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), y Maribel Gutiérrez, la diferencia a los editores de apertura radica en la tarea de “vigilar que todo esté en orden para la

---

<sup>30</sup> Se refiere a cuando un *link* o liga que hace un llamado a alguna nota o cualquier interactivo no corresponde o no abre.

<sup>31</sup> Entrevista a Gabriel Rojas, editor de contenidos de *El Universal Online* (octubre de 2009).

<sup>32</sup> Entrevista a Sergio Cárdenas, editor de contenidos de *El Universal Online* (octubre de 2009).

apertura, tanto los *promos* como la información que debe estar disponible para las primeras horas del día siguiente, se debe mantener cierta información que no se puede perder para el día siguiente y estar al pendiente de lo que vaya surgiendo en las últimas horas del día para no quedar desprotegidos de la información”<sup>33</sup>.

Germán Díaz es licenciado, egresado de la Escuela de Periodismo y Arte en Radio en Televisión, es también otro de los editores del cierre, además es el encargado del sitio Ve Futbol y Deportes, por lo que tiene la tarea de alimentar todo lo que es futbol nacional e internacional y “abastecer cada una de las páginas de los diferentes equipos del balompié, deporte más popular en México”<sup>34</sup>.

Los editores requieren de asistentes para la operación general, y para esa tarea por la mañana estamos Carolina García, licenciada en Periodismo por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García; Fernando Rodríguez, estudiante del último semestre de la carrera de Ciencias de Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la UNAM y yo, Marisol Montes.

La tarea que nos compete es tomar las notas para alimentar el minuto por minuto, ya sea de las que van enviando tanto reporteros como corresponsales al correo especial, al que todos tenemos acceso, o directamente las van dictando los reporteros desde el lugar de los hechos. Después sigue cabecear y hacer sumarios atractivos.

---

<sup>33</sup> Entrevista a Francisco Montañó, editor de contenidos de *El Universal Online* (octubre de 2009).

<sup>34</sup> Entrevista a Germán Díaz, editor de contenidos de *El Universal Online* (octubre de 2009).



También, dentro de nuestras responsabilidades está el informar a los editores en turno de esas notas, y ellos toman la decisión de destacarla o no de acuerdo a su valor noticioso.

Asimismo tenemos la tarea de hacer monitoreo todos los días en radio, televisión e internet para checar información que traen otros medios, saber que es lo que está pasando para que no se nos escape alguno hecho.

Como encargados de la apertura en la página, una de las tareas es cambiar las secciones con *promos*, ya sea de notas del impreso o de notas que se van generando.

El puesto de asistente en operación general tiene que ver a veces con todas las secciones porque se tienen que cubrir huecos de información cuando falta personal. Y si se requiere también apoyar con fotogalerías, a liberar foros, etcétera.

Para la sección de Cartera existe una encargada. María Dolores Zavala, egresada de la carrera de Comunicación en la Universidad Panamericana, y titulada por Maestría en Comunicación Institucional y tiene la labor de hacer los “contenidos de formato, de contactar a los reporteros y subir las notas, de crear foros relacionados con las cuestiones financieras, a cargo de las secciones de Tecnología y ayuda a alimentar redes sociales como *Twitter* y *Facebook*”<sup>35</sup>.

Para las secciones *soft* de *Kiosko* que engloba lo que es Letras y Artes (cultura), Showbis (espectáculos) y Estilos Viviana Talavera, licenciada en Ciencias de la

---

<sup>35</sup> Entrevista a María Dolores Zavala, encargada de la sección Cartera, de *El Universal Online* (octubre de 2009).

Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, y María de la Luz Zarate, también egresada de la FCP y S, se encargan de generar los contenidos.

En Deportes y Ve Futbol existe también una distribución de la gente para cubrir ambos sitios con notas, así como cambiar *promos*, crear contenidos cuando no hay información y monitorear otros medios. Los encargados de estas secciones, como ya lo mencioné anteriormente es Germán Díaz, David Rodríguez, Nayeli Gutiérrez, Rubén Castro y Marco Antonio Carreón.

En cuestiones de imágenes Rafael Montes Albino, asistente de contenidos B de fotografía, estudiante de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas Sociales, y Marco Antonio Olvera, tienen la misión de “revisar las fotografías que van llegando de agencias y fotógrafos y tomar decisiones para ver cuales de esas fotos sirven para las portadas de secciones y del home, así como hacer fotogalería de un solo evento <sup>36</sup>y de fotos atractivas del día. Asimismo tiene que estar monitoreando constantemente que imágenes van teniendo otro medios”.

Para generar otros contenidos, además de información en las notas, también podríamos sumar a las áreas de Diseño y de Televisión y Radio de la empresa, ya que también formar parte de la página de internet por su producción de productos multimedia. Pero como dije, pertenecen a otras áreas, aunque no podía dejar de mencionarlos.

---

<sup>36</sup> Entrevista a Rafael Montes, encargado de Fotografía para la página de internet de *El Universal* (octubre de 2009).

## 1.4 CONCLUSIONES

Hablar de la página de internet de *El Universal*, es hablar de una página de gran prestigio.

Pero si seguimos su historia podremos darnos cuenta de que no fue un sitio que naciera de una gran idea, de un gran proyecto. Poco a poco fue consolidándose hasta lo que es hoy, la página más vista de México.

Nacida como un pacto con la UNAM, podemos darnos cuenta del grado de importancia que tenía para ese entonces.

Claro, si también consideramos que hace poco más de diez años era caro económicamente estar a la vanguardia tecnológica, podemos darnos cuenta del por qué.

Sin embargo, en la actualidad cada día se abarata más la tecnología, lo cual nos hace poder estar al alcance de ella. Antes tener internet, además de que era demasiado lento el servicio, era demasiado costoso, al igual que una computadora.

De acuerdo con datos del INEGI, en un periodo de cinco años, de 2001 a 2005, los hogares que poseían computadoras se duplicaron, así como los que contaban con una conexión a internet<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Cuevas García, Elizabeth. Tesis de Licenciatura: *La televisión en internet: análisis del caso MTV Revolution*. FCPyS, UNAM, 2008. Pág. 5.

El alcance de la tecnología a los hogares o oficinas ha contribuido a que *El Universal.com* crezca cada vez más, que los lectores demanden mejores contenidos y que el número de usuarios sea mayor.

Sumado a lo anterior, el libre acceso a la página es otro de los factores de su gran crecimiento, comparado con el de *Reforma*. Actualmente ya se registran en promedio 70 mil visitas al día.

Desde su aparición oficial en 2001 se ha mejorado conforme se presentan las necesidades y la demanda del lector.

El gran paso y acierto que se dio es el formato que actualmente vemos, la versión 2.0. El Universal se puso a la vanguardia y conforme se va mejorando y ofreciendo contenidos diferentes y nuevos cada día.

Parte de su éxito también radica en sus operadores. Los editores y el jefe son gente con experiencia que han contribuido en otros medios impresos y de internet por lo que tienen la capacidad de manejar todo tipo de temas y jerarquizar la información.

El equipo de trabajo lo conforman alrededor de 26 personas, sin embargo, tomando en cuenta que hay trabajo constante las 24 horas del día y se distribuyen para cubrir todos esos espacios, es insuficiente la gente.

# CAPÍTULO 2

## Diagnóstico de la inducción

## 2.1 LLEGADA A *EL UNIVERSAL ONLINE*

Esta segunda parte tiene como fin hacer un análisis a base de testimonios de cómo es que los empleados de nuevo ingreso se sienten al empezar a laborar para el área y de cómo es que surge la idea de contribuir con la propuesta de un Manual de Inducción.

Llegar a *El Universal Online*, una empresa con un nombre altamente reconocido como uno de los medios de comunicación más visitados en su página de internet representó para un gran paso tanto a nivel personal como a nivel profesional. Asimismo una gran responsabilidad porque es una página de internet citada por muchos medios más y visitado por miles de personas.

Un nuevo lugar de trabajo representa ciertos cambios en la vida de una persona, y este paso así lo fue. Cuando *echo un vistazo* a mi llegada al Online en la empresa, y recuerdo como fueron los primeros días en el lugar, doy cuenta que hicieron falta ciertos elementos para que pudiera integrarme más rápidamente. Ahora, a más de un año en el lugar y familiarizada con el equipo y la dinámica de trabajo, tengo en mente que la manera en que llega cada nuevo integrante a la *familia online* no es la más adecuada y que se necesita de un manual que pueda resolver muchas respecto al organigrama del área y de la manera en que se opera.

Muchos de los problemas se producen por la falta de comunicación en el área, y de ésta depende el éxito de cualquier organización, y es por ello importante la comunicación organizacional, que según se define como: “aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización, y que brinda información entre los miembros de una empresa que al transmitir un mensaje promueve la comunicación”<sup>38</sup>.

## **2.2. INDUCCIÓN EN *EL UNIVERSAL***

El área de Relaciones Industriales de la empresa es la encargada de darle la bienvenida a los nuevos trabajadores.

Mediante un taller de inducción, con una duración de cerca de seis horas, cuentan lo que es la historia de *El Universal*, esto a través de un video que dura aproximadamente seis minutos.

En el curso mencionan cuestiones como que prestaciones tiene el trabajador, a que tienes derecho y asimismo enmarcan la gran responsabilidad que se asume al entrar a la empresa.

Después de una serie de cuestiones teóricas, dan un recorrido por todas las instalaciones.

---

<sup>38</sup> <http://comorganizacional.blogspot.com/> [consultada 15 de abril de 2010]

El curso es impartido por varias personas de Relaciones Industriales y es general para todo recién llegado a *El Universal*, ya sea del área administrativa, de la redacción, de seguridad, etcétera.

## 2.3 PERCEPCION DE LA INDUCCION

No resulta meramente personal el hecho de mi propuesta de un Manual de Inducción para el online; no resulta de mi única experiencia la idea.

El verano de 2009 la generación de practicantes se renovó en el área, y en toda la empresa, así mismo llegaron tres nuevos trabajadores a la *familia online*.

Al paso de los días y al enterarme que eran los nuevos miembros del equipo, me di cuenta que les pasaba lo mismo que a mi en su ingreso: al no tener conocimientos de qué hace cada quien, no sabían a quién dirigirse; no tenían claro como manejar el sistema para crear notas, mucho menos para hacer un *promo* o algo parecido.

Uno de ellos, Marco Antonio Carreón, narra su experiencia de los primeros días en el trabajo, de la cual resalta que cuando llegó le explicaron lo básico que era como subir las notas y como poner las fotos, sin embargo, asegura, “no me dijeron más”.



Él fue una de las personas que sí tomo el curso por parte de Relaciones Industriales, pero del mismo destaca que “si no me lo hubieran dado hubiera estado igual”, además señala que es demasiado largo y cansado.

*Marquiritito*, como algunos en la redacción le llamamos así, cuenta que otro problema al que se tuvo que enfrentar fue al liberar las notas, nadie le explicó como hacerlo y “liberé una por error. Mucho tiempo después me explicaron como tenía que liberarla... también eso de *rankearlas* de 10 o 20 en el *home* o en la sección nadie me dijo nada puse y una nota de 10 por error en el *home*... son cosas que te deberían de decir desde el primer día”, asegura.

“Cuando llegué no sabía quién hacía qué, conforme pasaron los días fui conociendo quienes eran mis compañeros. No me llevo bien con todos”.

“De Gabriel (Rojas) y Sergio (Cárdenas, ambos editores de la página) más o menos ya me doy cuenta de lo que haces”. Esto casi dos mese después de su llegada al área.

Al preguntarle a Marco si él creía importante que existiera un manual de inducción en el área de internet, con una respuesta firme me dijo: “yo creo que sería útil pero no indispensable”, suena bien, pues asegura que al paso de los días se va aprendiendo todo; y sí eso es cierto, pero por lo pronto ya se perdió tiempo en esa adquisición del conocimiento.

Contrario a su respuesta, Rafael Montes, encargado de Fotografía de la página, y también compañero egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, afirma que “si hubiera un manual lo consultas y sabrías la ‘receta’ para hacer

algo. Es importante para saber cuál es la teoría del funcionamiento del portal y así se aprende más rápido”.

“Considerando que yo no fui practicante de Online, fui de Ciudad, nadie me presentó al equipo, nadie me dijo como se usaban las cosas, cómo funcionaba online, quienes eran mis compañeros, no recibí inducción en lo que es online, sobre la práctica fui conociendo a la gente y como operaba el online”.

Su experiencia los primeros días en el trabajo tampoco fueron los más provechosos. “Cuando yo llegué me dizque enseñaron a ‘hacer’ mi trabajo: fotogalerías, cargar fotos, pero de pronto me encontraba con que algunas personas que también saben hacer esto, lo hacían con medidas distintas, etcétera, etc.

No hay una uniformidad en la manera de hacerlo, entonces cuando llega un compañero nuevo lo hace como se le da a entender con tantito de aquí, tantito de allá, como le entienda”.

A los cuestionamientos referentes a la integración y conocimiento del puesto y desempeño de cada uno de los compañeros, asegura que “de pronto uno no sabe quién es tu jefe por lo que es importante saber el organigrama del portal, porque cuando uno entra no lo sabe y lo vas deduciendo después y te das cuenta quien es quien. Y es importante porque así sabes a quien puedes recurrir cuando tienes una duda o ves algo mal”.

Rafael esperaba una “bienvenida” diferente al área, “una presentación con el resto del equipo, porque mientras más rápido te adaptes, mejor trabajas porque

no hay una explicación formal y ni siquiera una explicación de cómo funciona el portal”.

Quizás recibir una inducción adecuada pueda generar una recepción más amable a los nuevos miembros. Ya que el proceso “permite al trabajador percibir y comprender su actividad diaria e integrar la relación entre sus objetivos personales y laborales, los que se combinan en un patrón complejo de motivaciones jerarquizadas y sujetas a cambios dependiendo de la situación que se viva en ese momento”<sup>39</sup>.

Este paso debe ser primordial en la llegada de un trabajador a una empresa, ya que de esto depende la primera impresión que se lleva de la empresa, así como de sus compañeros. Esta etapa se realiza con el fin de que la persona se adapte rápidamente a su nuevo lugar de trabajo, al ambiente, así como a sus obligaciones en el mismo.

Fernando Rodríguez, auxiliar de contenido en la página de internet, no recibió el taller por parte de Relaciones Industriales por lo cual asegura que existe un problema porque no le dijeron nada, no recibió una inducción y cree que sí es necesario, “una compañera fue la que me explicó como usar la plantilla pero hacía falta que me dijeran a quien dirigirse, quien era el editor, no sabía que había editores por secciones. En términos generales no explican infraestructura y bien de lo que se trata el trabajo”.

“Cuando se selecciona y contrata a uno de los aspirantes a ingresar a la organización, es necesario no perder de vista el hecho de que una nueva

---

<sup>39</sup> Schein, Edgar H. *Psicología de la organización*, México, Prentice Hall, 1985.

personalidad va a integrarse a aquélla. El nuevo trabajador va a encontrarse de pronto inmerso en un ambiente con normas, políticas, procedimientos y costumbres extrañas para él; en suma, está ingresando a una nueva cultura. El desconocimiento de todo ello puede afectar en forma negativa su eficiencia, así como su calidad de vida. Así pues, es necesario disminuir el shock cultural.

La introducción del trabajador constituye una técnica que no requiere un gran costo, ni personal muy técnico y, sin embargo, rinde gran utilidad; así lo demuestran, no sólo consideraciones teóricas, sino estadísticas muy bien realizadas en países como Estados Unidos”.<sup>40</sup>

## **2.4 PROPUESTA DE MANUAL DE INDUCCIÓN**

### **2.4.1 Definición de Manual de Inducción**

Un manual es un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre historia, organización, política y procedimientos de una organización que se consideren necesarios para la mejor ejecución del trabajo correspondiente<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup> Arias G., Fernando/ Heredia E., Víctor. *Administración de recursos humanos para el alto desempeño*. Pág. 486

<sup>41</sup> Puente Gonzáles, Luis Gonzalo. *El manual de organización como medio de comunicación para mejorar el clima organizacional en una empresa del sector privado*. Pág. 72

Además es un instrumento de información en el que se contienen las operaciones y procedimientos que deben seguirse para la realización de las funciones en la organización, y pueden existir manuales de la empresa en general o de un área o departamento en específico

Es el documento que “contiene información detallada referente al directorio, los antecedentes, la legislación, las estructuras y las funciones de las unidades que integran el organismo y la descripción de los puestos, los grados de autoridad y responsabilidad, los canales de comunicación y coordinación, así como los organigramas que describen de manera gráfica la estructura de la empresa.”<sup>42</sup>

## **2.4.2 Objetivo del Manual de Inducción**

El principal objetivo de un manual de inducción es explicar a lo empleados el “por qué de las decisiones que son tomadas dentro de la organización, así como la manera en la cual éstas deben ser aplicadas y tomadas en cuenta para el desarrollo de las labores propias del centro de trabajo en cuestión”<sup>43</sup>.

Un manual sirve para explicar las normas generales establecidas dentro de la empresa, con un lenguaje que pueda ser comprendido por los empleados de todos los niveles; facilitar el adiestramiento orientación del personal; coadyuvar

---

<sup>42</sup> Ibid., pág. 73

<sup>43</sup> Lazzarro Víctor, *Sistemas y procedimientos: un manual para los negocios y la industria*. Pág. 223

a normalizar controles de los trámites de procedimiento y uniformar las actividades”<sup>44</sup>

El proceso de inducción bien puede ser reflejado en un manual, en un escrito en forma de “folleto, libro, carpeta, etcétera, en los que de una manera fácil de manejar (manuable) se concentran en forma sistemática, una serie de elementos administrativos para un fin concreto: orientar y uniformar la conducta que se presenta entre cada grupo humano en la empresa”<sup>45</sup>.

Con un manual de organización se pueden alcanzar objetivos tales como presentar una visión en conjunto de la entidad; precisar las funciones encomendadas a cada área o departamento para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones; establecer formalmente los métodos y técnicas de trabajo que deben seguirse para la realización de las actividades; servir de medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso; así como contribuir a la mejora del clima organizacional de la empresa.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Ibid., pág. 24

<sup>45</sup> Reyes Ponce, Agustín. *Administración de personal. Relaciones humanas*. Primera parte. Editorial Limusa. 2005. Pág.177

<sup>46</sup> Lazzarro, op. cit., pág. 24

## 2.5 ANÁLISIS FODA

Una vez obtenidos una serie de testimonios y la experiencia personal dentro del área Online de *El Universal*, llevaré a cabo un análisis FODA con el fin de detectar toda una serie de factores buenos y malos.

“Un análisis FODA o DOFA (SWOT, por sus siglas en inglés) es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, etcétera”.<sup>47</sup>

La palabra FODA se compone de las primeras letras de los términos: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este diagnóstico es una de las “herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora”<sup>48</sup>.

En este proceso de análisis se toman en cuenta factores de tipo económico, sociales, políticos y culturales que representan las influencias del ámbito externo y que inciden sobre el quehacer interno, ya que estos pueden poner en riesgo el cumplimiento de la misión del área.

---

<sup>47</sup> Sánchez Aranda, Sergio. *Tesis de Licenciatura. Propuesta de programa de comunicación interna para Santillana Ediciones Generales*, Pág. 3

<sup>48</sup> IPN, Secretaría Técnica. Dirección de Plantación y organización. *Manual de Metodología para el análisis FODA*. 2002. Pág. 2

## Análisis FODA del *El Universal Online*

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1. Excelente imagen.</p> <p>F2. Es el sitio de internet más visitado en México y está dentro de los 30 en el mundo. Actualmente tiene un promedio de 70 mil visitas al día.</p> <p>F3. Su gente.</p>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1. El sitio puede conquistar un mayor número de usuarios en México y el mundo y colocarse en un lugar más</p>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1. Faltas de ortografía, dedazos.</p> <p>D2. Condiciones físicas de las instalaciones, no benefician estar “regados”.</p> <p>D3. Falta de comunicación y juntas con todo los integrantes en conjunto.</p> <p>D4. Falta más equipo: computadoras más equipadas con programas para poder realizar diversas actividades, cámaras nuevas y grabadoras.</p> <p>D5. Horarios de jornadas de 10 horas, que incluso se alargan más.</p> <p>D6. Carga de trabajo. Falta personal.</p>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1. La pagina de internet del periódico Reforma.</p>



## 2.6 CONCLUSIONES

El taller de inducción por parte del área de Relaciones Industriales de la empresa no ayuda a los trabajadores del Online, ya que es tan general para todos, que lo que exponen puede llegar a ser inservible.

El curso de varias horas se imparte al igual para todos los de recién ingreso a la empresa, sin importar a qué área lleguen, y entre lo más significativo que puede que aporte es al recorrido de las instalaciones; es tan grande la empresa que si es importante conocer todos los edificios. Sin embargo, se necesita algo más particular para los empleados de cada área, y en este caso para los de la redacción de internet.

Mi propuesta de un manual de inducción en *El Universal Online* podría mejorar la intranquilidad de los nuevos trabajadores, ahorrar tiempo en el proceso de aprendizaje de la labor y con esto poder mejorar los niveles de productividad. Además si lo vemos de este modo, es de gran utilidad para evitar menos errores y una mejor comprensión de lo que se espera, así mismo puede resolver dudas de ciertos parámetros y procedimientos a cualquiera del equipo.

En su tesis de Licenciatura, Raquel Hernández Arroyo menciona que “El manual de inducción también es conocido como manual de bienvenida y que es un pequeño libro o folleto impreso en el que se consigna toda la información de interés”. Además, representa una ayuda técnica para que, de manera escrita,

los trabajadores de nuevo ingreso conserven la información más relevante y tenga la posibilidad de consultarlo cuantas veces les sea necesario.

El manual de inducción tiene el objetivo de asegurar que todos los trabajadores de recién ingreso conozcan y reciban toda la información relacionada con el área.

No se trata de una serie de procedimientos que indiquen detalladamente como hacer el trabajo, sin embargo, sí se pretende dar una serie de elementos que ayuden al recién empleado a conocer a sus compañeros, cuál es el ritmo de trabajo y la manera en que funciona la operación en el área.

De manera personal y en conclusión al diagnóstico realizado, este paso de presentación ante el equipo de la redacción de internet es de suma importancia, ya que cuando se desconoce cuál es la labor de cada quien cuesta trabajo incorporarse al área.

Con una bienvenida agradable, el trabajador puede sentirse familiarizado y en confianza rápidamente, lo que ayudará a que el proceso de aprendizaje específico de su labor pueda ser más rápido.

# CAPÍTULO 3

Manual de inducción

**MANUAL  
DE  
INDUCCIÓN  
DE**



**EL UNIVERSAL ONLINE**

## ÍNDICE

Introducción.....	4
Historia de El Universal Online.....	5
Directorio.....	8
Organigrama.....	11
Descripción de los puestos. Funciones.....	12
Reglamento.....	16
Código de ética.....	19

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de su historia, *El Universal* se ha preocupado por presentar ante sus lectores contenidos de alta calidad y de fácil acceso, en su misión de informar con veracidad.

Con el fin de cumplir el objetivo en esta labor y optimizar los niveles de productividad, se pretende mejorar la llegada del nuevo trabajador a esta área de la empresa.

Este manual tiene el objetivo de representar para ti una ayuda técnica, con el fin de que así conserves información relevante en tu llegada al Online y conozcas parte de la función en esta área.

No se trata de información detallada de cómo hacer tu trabajo, sin embargo, sí tiene la finalidad de que conozcas al equipo al que te integras.

Pretende darte una mejor bienvenida y que conozcas a tu trabajo de equipo para que te familiarices rápidamente con el área.

## HISTORIA DE EL UNIVERSAL ONLINE

La presencia de *El Universal* en internet tiene sus inicios el 26 de marzo de 1996, cuando el Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración del Periódico, licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz, y el entonces rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Doctor José Sarukhán Kermez, firmaron el convenio de cooperación para la publicación electrónica del diario, que apareció en la red desde el 1 de abril de ese mismo año.

La operación comienza con una versión del diario impreso que se actualizaba todos los días por la madrugada.

El 2 de julio de 2000, la cobertura de las elecciones que llevan a Vicente Fox a la presidencia, fue el parteaguas de *El Universal Online*. Nació la publicación de noticias en tiempo real.

Durante cuatro años (1996- 2000) Es así como *El Gran Diario de México* dio sus primeros pasos en la red, hizo una serie de experimentos para llegar hasta el gran proyecto y definitivo: cuando el 7 de marzo de 2001, el Director General, Juan Francisco Ealy Jr., inauguró el nuevo diseño y funcionalidad con noticias minuto por minuto, secciones exclusivas como Fotogalerías, Tu Dinero y Guía del Ocio, más nueve tradicionales, entre éstas Nación, Ciudad, Finanzas, Espectáculos y Deportes; El Aviso Oportuno con anuncios en línea; un reporte diario del clima de

las principales ciudades del país, horóscopos, cinco suplementos semanales y un buscador, además de la edición impresa del periódico.

A tan sólo un año de su puesta en marcha con su primera transformación, el 6 de marzo de 2002 se puso en funcionamiento una nueva edición en internet de sus servicios informativos y anuncios clasificados con el fin de ofrecer mayores servicios al usuario con información más ordenada y funciones gratuitas.

Dentro de las nuevas herramientas destacaba un menú para que el usuario recibiera en su correo electrónico información sobre bienes y servicios de su interés, así como las noticias del día.

Ese nuevo diseño ofrecía mayores espacios publicitarios y posiciones para destacar trabajos especiales y contenidos interactivos como sondeos, foros y chats.

Ya con una posición como el sitio líder de información en México se decidió dar un paso más a la vanguardia: el 17 de junio de 2008 llegó *El Universal 2.0*.

La nueva cara de *El Universal Online* pasó a ser más atractiva, pero además de este gran paso en el diseño, el cambio vino con los usuarios, que son los que ahora prueban nuevas prácticas.

Anteriormente, la página de internet ya contaba con espacios interactivos como foros, chats y sondeos, pero hubo un explosión desde entonces ya que se volvieron más amplios. Entraron espacios como *Comenta la nota* y *Reportero ciudadano*.



La redacción online busca de diferentes maneras atrapar el interés del usuario y se está logrando perfectamente con el 2.0. En la página se ofrecen contenidos, además de información escrita, videos, audios, gráficos animados, fotogalerías, así como televisión y radio.

El panorama digital y las nuevas tecnologías están llenos de cambios que constantemente hacen a un medio de comunicación transformar su forma de operar, y *El Universal Online* se pone a la vanguardia.

## DIRECTORIO

La siguiente relación de personas es de los principales integrantes en *El Universal Online*. En ésta se menciona a las personas que tienen que ver con la operación de la página de internet, así como los cargos que tienen dentro de su labor; así como personal que interviene de otra manera en la misma.

### Directivos

Licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz. Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración.

Juan Francisco Ealy Jr. Director general

Jorge Zepeda Patterson. Director editorial

### Desarrolladores

Ignacio Catalán. Director multimedia

Jorge Cervantes. Subdirector de contenidos

René Batlle. Subdirector de tecnología

Jesús González E. Gerente de administración

Manuel Verduzco. Subdirector de clasificados

En operación:

Gabriel Rojas. Editor matutino

Sergio Cárdenas. Editor matutino

Maribel Gutiérrez. Editora general

Francisco Montaña. Editor vespertino

Germán Díaz. Editor vespertino y de Deportes

Víctor Solís. Coeditor

Marina Valdés. Encargada de las secciones DF y Estado de México

Carolina García. Asistente en la operación general

Renata Sánchez. Auxiliar en la operación general

Marisol Montes. Auxiliar en la operación general

Fernando Rodríguez. Auxiliar en la operación general

Adrián Estañol. Auxiliar en la operación general

María Dolores Zavala. Encargada de la sección Cartera

Iván Quetcha. Encargado de la sección Estados y carga nocturna.

Martín Arredondo. Carga nocturna

Viviana Talavera. Encargada de secciones *Soft* (Showbis, Letras y Artes y Estilos)

María de la Luz Zárate. Encargada de secciones *Soft* (Showbis, Letras y Artes y Estilos)

David Rodríguez. Encargado de la sección de Deportes y sitio Ve Futbol

Nayeli Gutiérrez. Encargada de la sección de Deportes y sitio Ve Futbol

Marco Carreón. Asistente de la sección de Deportes y sitio Ve Futbol

Rubén Castro. Encargado de las secciones Deportes, Pymes y sitio Ve Futbol

Marco Antonio Olvera. Asistente de Fotografía

Rafael Montes. Asistente de Fotografía

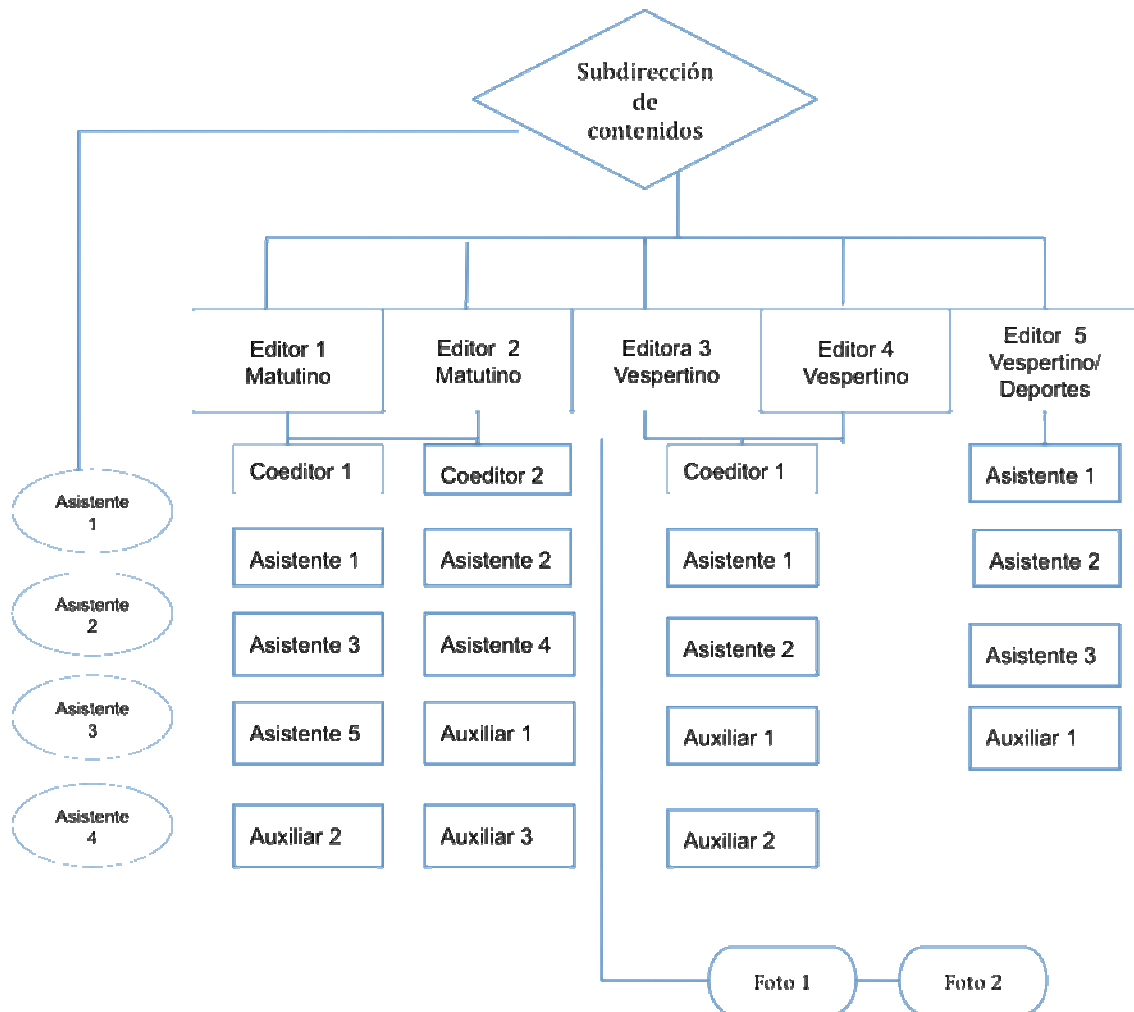
María del Carmen Cortés. Encargada de los interactivos como foros y comenta la nota

Ericka Reyes. Encargada de los interactivos

Luis Armando Estrada. Encargado de los interactivos

Mario Dorantes. Encargado de los interactivos

## ORGANIGRAMA



## DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

### **Subdirector de contenidos**

El jefe de la redacción online tiene como principales responsabilidades llevar a cabo tres procesos: el tecnológico, de personal y de la puesta en línea de información con el fin de reducir el mínimo margen de error.

1. Garantizar la disponibilidad del sitio, que el producto llegue a la gente. Es decir, tiene la tarea de verificar que la página de internet esté en condiciones de llegar al usuario, que no presente fallas tecnológicas para que pueda ser vista.
2. Organizar al personal del área para cubrir los diferentes horarios y que se genere información de todas las secciones, imágenes, así como contenidos multimedia.
3. Establecer mecanismos que garanticen la operación con cero error y calidad total, así como supervisar que los flujos de información estén sujetos a los parámetros de calidad que se tienen.

### **Editor**

Es la persona encargada de la página de internet. Su función común es visualizar los contenidos noticiosos del día, así como coordinar también a la gente.

Bajo la premisa fundamental de “Cero error y calidad total”, para este cargo la prioridad va a ser el *home*, y para eso toma la información de las diferentes secciones y la acomoda.

El editor también revisa notas y las “libera” al minuto por minuto, *promos* y verifica que no haya errores. Asimismo está en constante revisión para tener información actualizada, fotos y todo dentro de los parámetros en que tiene que estar.

#### Turno matutino

Por las mañanas, en la apertura de la página de internet, el trabajo consiste en revisar que funcione, que los contenidos que se cargan de la edición impresa se vean reflejados a primera hora de la mañana, con todo lo que su paquete incluye.

Es decir verificar que audios, videos, gráficos, y demás contenidos multimedia que lleva la nota estén bien cargados y no tengan errores, esto con hola

el fin de que el usuario pueda disfrutar lo que se ofrece.

Ya con la tarea de checar que se tengan los contenidos correctos, empieza a generar contenidos, que la información fluya por si hay alguna nota reacción.

#### Turno vespertino

Para la tarde y ya el cierre de la página, el editor tiene que vigilar que todo tenga orden para la apertura, que tanto *promos* e información esté disponible para las primeras horas del día siguiente.

El editor de este turno tiene que mantener cierta información que no se puede perder para el día siguiente y estar pendiente de lo que vaya surgiendo en las últimas horas del día para no quedar desprotegidos de la información.

### **Asistentes y auxiliares**

Para estos puestos el trabajo consiste en tomar notas a reporteros o del correo del *Uni*, que es un correo al que todos tienen acceso, y donde los reporteros o corresponsales también envían su información. Las notas son para alimentar el minuto por minuto.

También, dentro de las responsabilidades está el informar a los editores en turno de esas notas, y ellos toman la decisión de destacarla o no de acuerdo a su valor noticioso.

Asimismo se tiene que hacer monitoreo todos los días en radio, televisión e internet para checar información que traen otros medios y estar atentos por si ocurre algo.

#### Matutino

Como asistente o auxiliares en la apertura en la página, una de las tareas es cambiar las secciones con *promos*, ya sea de notas del impreso o de notas que se van generando.



El puesto de asistente en operación general tiene que ver a veces con todas las secciones ya que se tienen que cubrir huecos de información cuando falta personal.

Si así se va requiriendo, también se apoya con fotogalerías, a liberar foros, hacer especiales, lo que se vaya necesitando.

### **Encargados de sección**

Los encargados de secciones *soft* como deportes, Futbol, Showbis, Artes y Letras y Estilos, tienen la responsabilidad de liberar notas, hacer monitoreo y cambiar *promos* de sus secciones.

Cuando consideran una nota importante o de trascendencia, tienen la obligación de “venderla” al editor en turno, es decir, tienen que avisar para destacarla en el home.

## REGLAMENTO

El objeto de este reglamento para el uso de las instalaciones de la empresa es establecer medidas para el buen funcionamiento, cuidado de las instalaciones y accesorios, así como tener las condiciones adecuadas de trabajo y productividad en la labor diaria.

Por disposición general pueden aplicarse diversas sanciones a los trabajadores que violen las disposiciones descritas a continuación.

### **Sobre las instalaciones**

- No se permite comer ni fumar, con excepción de los espacios definidos para la cafetería y terraza de fumadores.
- La persona que haga uso de las instalaciones como terraza o cafetería para consumir alimentos, beber, así como fumar, tendrá que hacerse responsable de sus desperdicios y cenizas, depositándolos correctamente en el bote de la basura.
- Se puede beber líquidos en el lugar de trabajo.
- Está prohibido recibir amigos o conocidos en las instalaciones para conversar o atender asuntos personales.
- Con el fin de mantener una temperatura adecuado tanto para el personal como para los equipos de trabajo, es necesario que el aire acondicionado se mantenga en funcionamiento, pero de ser necesario y dependiendo de

los cambios climáticos, se puede regular el aire o incluso suspenderlo temporalmente.

### **Sobre el mobiliario**

- Queda prohibido sentarse sobre las estaciones de trabajo.
- El trabajador deberá mantener limpio y ordenado su lugar de trabajo.
- Es importante que el trabajador ayude a conservar la limpieza de los sanitarios y todas las instalaciones.
- Es recomendable no dejar ni exponer objetos de valor. Cualquier extravío debe reportarse inmediatamente por escrito a la Gerencia Administrativa.
- Asimismo, el empleado deber reportar inmediatamente cualquier anomalía que presenten las instalaciones.

### **Sobre el equipo de cómputo**

- Los equipos y programas se otorgan al personal de *El Universal Online* como herramienta de trabajo; su uso debe estar orientado a las necesidades profesionales.
- Todos los programas se software deben ser instalados por personal de la Dirección de Tecnología o Soporte Técnico. Queda prohibida la descarga, instalación y uso de programas de cualquier tipo que no estén autorizados por la Dirección de Tecnología. Aún cuando se trate de programas o

servicios gratuitos. El único chat autorizado es el MSN Messenger para la comunicación interna.

- Los protectores o fondos de pantalla en las computadoras deberán conservar y respetar la imagen institucional de *El Universal*.
- No se pueden colocar objetos sobre el monitor o el teclado de la computadora.
- Asimismo, se debe reportar inmediatamente a la Gerencia Administrativa cualquier anomalía que presente el equipo.
- Al término de sus labores, el empleado tiene que apagar su computadora.

### **Sobre la vestimenta**

- Corresponde a la formalidad, profesionalismo y prestigio de la empresa. Queda prohibido el uso de ropa de mezclilla de lunes a viernes, para todo el personal del área, así como el uso de tenis, pants, pantalón corto y calzado informal.
- Para hombres es obligatorio el uso de corbata.
- Los días sábados, domingos y días festivos se permite tanto para hombres como mujeres el uso de mezclilla y tenis, sin embargo no el uso de pantalones cortos y calzado informal.

## **Sobre medidas de seguridad**

- En caso de sismo o simulacro, es obligatorio salir a las zonas de seguridad sin importar el grado del movimiento o si se trata de un simulacro. Toda la gente tanto del área online, como de toda la empresa tiene que abandonar las instalaciones.

## **CÓDIGO DE ÉTICA**

Las libertades de información y de prensa constituyen derechos fundamentales para el desarrollo de la vida ciudadana bajo una democracia, como se consagra en la Carta de las Naciones Unidas, en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, y se garantiza en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

La salvaguarda de estas libertades se verá fortalecida en la medida en que los medios de comunicación y los periodistas perseveren en el desempeño de sus tareas con un elevado sentido de responsabilidad y cumplan con su obligación ética de veracidad en el contenido de sus informaciones e investigaciones.

Toda actividad de los medios de comunicación y de los periodistas debe estar inspirada en el interés público, entendiendo que la búsqueda de cualquier interés particular en la misión de informar es contraria a los mismo principios que

garantiza la Declaración Universal de los Derechos del Hombre.

El periodismo y quienes lo ejercen, ya sea de manera personal o a través de empresas, debe estar al servicio de la verdad, de la justicia en todos sus órdenes, de los derechos humanos y de las aspiraciones de mejoramiento de la sociedad, así como de la paz entre los pueblos.

Es deber imperativo del periodista evitar, por todos los medios a su alcance, que se dicten disposiciones que limiten, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberá pugnar por su derogación.

Este Código de Ética parte del principio de que es responsabilidad exclusiva de los periodistas de El Universal, el apego y observancia de las disposiciones definidas, inherentes al ejercicio de la profesión, y no de órganos externos, sean gubernamentales o no, por lo que resulta inadmisibles cualquier injerencia de esta naturaleza.

### ***Propósito***

El propósito de este Código es reflejar claramente ante sus integrantes y frente a sus lectores, el compromiso de El Universal de apegarse a principios éticos en su tarea de informar cotidianamente de los diversos acontecimientos en nuestro país y el mundo.

### ***Aplicación***

El presente Código de Ética es de estricta aplicación para todos los reporteros, personal de mesa de redacción, articulistas, columnistas (en adelante los periodistas de El Universal), lo mismo que para los colaboradores editoriales externos de El Universal, independientemente del medio en el que los respectivos contenidos sean transmitidos (versión impresa, internet, radio, etc...).

### ***Misión***

El Universal considera que su misión radica en contribuir al mejoramiento de la sociedad mediante la creación, acopio y distribución -por todos los canales a su alcance- de noticias, cultura y entretenimiento de alta calidad. Asimismo, preservar la existencia de una empresa con responsabilidad social, que procure la satisfacción de sus clientes y el desarrollo profesional y humano de sus empleados. Todo ello basado en la observancia de estándares de excelencia, al tiempo que crea valor duradero para los recursos de la compañía a través de la inversión y la persistencia en el esfuerzo.

### ***Visión***

Es propósito permanente de El Universal es constituir la empresa periodística de mayor relevancia en México, cuyos productos periodísticos sean referencia obligada en el campo internacional, especialmente dentro del contexto

latinoamericano. Tal posición debe ser conquistada todos los días, con base en un trabajo de máxima calidad y en una clara responsabilidad. Éstos son los factores que construyen nuestra reputación y nos permiten estar a la altura de la confianza que depositan en nosotros el público y nuestros clientes.

La tarea de *El Universal* se halla regida por los siguientes principios:

**1. Independencia** *El Universal* y sus periodistas mantienen su independencia editorial respecto de intereses económicos, políticos, religiosos y de cualquier otro orden, para estar libre de obligaciones y presiones que obstruyan su misión periodística.

Esta independencia entra en conflicto en los siguientes casos:

Conflictos de interés. Los periodistas evitan incurrir en conflictos de interés derivados de sus relaciones personales o profesionales, así como del desarrollo de actividades económicas propias que comprometan su independencia de criterio periodístico o puedan minar la de *El Universal*. Con interés en participar en actividades públicas se aseguran de que éstas no entren en conflicto con la imparcialidad de su trabajo profesional. Por ello, no se involucran en las noticias que ellos cubren.

Se considerarán actos contrarios a este Código de Ética: La firma de peticiones públicas de las que se pueda concluir la parcialidad en la visión periodística de los



periodistas de *El Universal*. Durante la participación en protestas, asumir actitudes que comprometan de cualquier manera al periódico. Establecer vínculos económicos y/o laborales con las fuentes informativas. Realizar cualquier gestión para sí, para familiares o para terceras personas, en nombre de *El Universal*, que dañe estos principios.

Regalos y compensaciones. No aceptan favores o regalos de valor significativo, ayudas económicas, subsidios o viajes gratuitos, facilidades de hospedaje o cualquier otro beneficio personal proveniente de fuentes informativas.

Gastos. Los derivados de la cobertura de noticias deben ser asumidos por el mismo diario.

**2. Honestidad-** Los lectores de *El Universal* tienen la garantía de que las noticias que se publican en las páginas del diario son imparciales y no las anima otro fin más que el interés público.

En función de lo anterior no incurren en plagio de trabajos realizados por colegas u otros profesionales. Los lectores pueden confiar en que lo publicado en el periódico es trabajo del autor, y en caso de no ser así, se especifica en el cuerpo del mismo.

En su misión de generar noticias, los periodistas de *El Universal* no recurren a

engaños que impliquen suplantar o fingir ser otra persona, así como tampoco el uso de grabadoras o cámaras escondidas, en virtud de que ello mina seriamente la credibilidad y confianza en el diario. No graban declaraciones sin consentimiento expreso del entrevistado.

Con el fin de evitar confusiones a los lectores respecto de las notas estrictamente informativas y los artículos de opinión, se diferencian claramente con recursos visuales en el momento de su publicación. En caso del uso de encuestas, los datos estadísticos derivados de éstas y estudios, son especialmente susceptibles de mala interpretación y mal uso. Ante ello, las informaciones publicadas distinguen con claridad entre las encuestas que observan una metodología científica y los estudios no científicos, como las entrevistas de personas en las calles, sondeos, cartas o llamadas telefónicas. En el uso de estudios no científicos, se explica claramente sus limitaciones.

**3. Equilibrio-** Se requiere la presentación de hechos relevantes sin distorsiones, en su contexto e incluyendo la visión de todos los actores involucrados en éstos.

Abonan al anterior fin: Imparcialidad.

Tanto el diario como sus periodistas no toman partido respecto de ningún tema, persona, organización, partido político o credo religioso. Contexto. Las noticias son presentadas en un contexto suficiente y objetivo que permite a los lectores entenderlas mejor. Puntos de vista opuestos. Los periodistas de El Universal

observan la práctica cotidiana de recabar los puntos de vista de los actores involucrados en un debate, conflicto o pugna. Cuando una de las partes se niega a definir su postura, o resulte para el reportero imposible recabarla, el diario lo hace del conocimiento de sus lectores. Oportunidad de réplica.

Se reconoce el derecho de las personas, grupos o instituciones a dar a conocer su postura respecto de noticias y artículos publicados en sus páginas en los que pudieran verse afectadas su reputación y fama pública. De igual manera, los periodistas tendrán el derecho de uso de réplica.

**4. Respeto-** El Universal y sus periodistas asumen el respeto como divisa primordial en su interacción con las personas, las instituciones y las diversas comunidades.

El diario promueve los siguientes mecanismos para observar y mantener tal respeto:

Privacidad. Se reconoce que las personas tienen derecho a la privacidad, y que cualquier actitud que la vulnere contraria los principios de este Código de Ética.

Figuras públicas. Aquellos que desarrollan una función pública también tienen derecho a la privacidad. Sin embargo, para el tratamiento noticioso deberá considerarse el grado en el que actos relativos a la vida privada afecten su función pública, así como el nivel en que voluntariamente conduzcan sus vidas privadas a

la luz pública.

Buen gusto. Los periodistas asumen como práctica cotidiana el cuidado del idioma español hablado en México. El lenguaje y las imágenes obscenas se publicarán sólo cuando sea esencial y como parte de la caracterización del relato o el entrevistado.

Consideración. Tratan con consideración a las fuentes informativas y a las personas en general. Son especialmente cuidadosos en momentos de aflicción, pérdida personal o agobio emocional extremo en el que pudieran encontrarse inmersas las personas.

Enfatizan este cuidado hacia aquellos que no están acostumbrados a tratar con la prensa.

**5. Responsabilidad-** El Universal y sus periodistas actúan con responsabilidad en el ejercicio del periodismo, entendiendo el alto impacto que tienen los medios de comunicación en la sociedad. Esta responsabilidad se expresa, entre otros, en los siguientes casos:

Error. La empresa tiene la responsabilidad de corregir todos los errores importantes de los hechos presentados, y clarificar los de omisión y contexto. Todos los señalamientos pertinentes sobre errores son recogidos y procesados a la brevedad.

Respeto ante víctimas. El Universal y sus periodistas tienen un gran respeto por las víctimas de delito, por lo que no publican el nombre o cualquier dato que facilite la identificación de quienes han sido víctimas de cualquier clase de ilícito, especialmente los sexuales. Tampoco identifican a menores de edad en situación vulnerable, aun cuando pudieran ser autores de un delito.

Se entienden como apología del delito publicar informaciones relacionadas con el secuestro de particulares o falsas amenazas. Las autoridades editoriales del más alto rango decidirán lo conducente en el primer caso, ante peticiones de las familias de las víctimas.

El Universal reconoce en los tribunales jurisdiccionales a la única autoridad para juzgar conductas delictivas, por lo que evitará el uso de lenguaje que suponga la condena anticipada de personas.

**6. Declaraciones-** La reproducción de declaraciones debe corresponder escrupulosamente a lo expuesto por los informantes y reflejar el contexto en que fueron emitidas. Una declaración puede ser ajustada, sin alterar su sentido y fin, con la intención de corregir la gramática cuando ésta provoque confusión.

**7. Fotografías y Gráficas-** Las fotografías y gráficas deben ser fieles representaciones de la realidad.

Realces técnicos. Es permisible usar realces técnicos sólo cuando el trabajo

resultante esté apegado a la realidad de la escena o situación presentada.

Alteración o manipulación. El contenido real de una fotografía no es alterado ni manipulado, excepto para propósitos ilustrativos, en cuyo caso la impresión debe indicar claramente que ha sido modificada Mascarilla o "pixeado" de fotografías. En atención a los lineamientos respecto de menores de edad, se utilizarán recursos técnicos como aplicar una mascarilla o "pixeado" de sus rostros, para la presentación de materiales. De igual forma se hará con fotografías de víctimas de delitos, policías o cualquier persona que pudiera ver vulnerada su integridad o seguridad.

**8. Fuentes confidenciales-** El uso queda reservado para casos extraordinarios, por el riesgo que esta práctica supone para la credibilidad del periódico. Antes de publicar una información de esta naturaleza, se empeña, por todos los medios a su alcance, en obtenerla a través de una fuente identificable.

Sin embargo, El Universal reconoce el derecho ciudadano a difundir información de interés público, lo que en ocasiones ocurre en condiciones que suponen un riesgo para la integridad física, social o política de la fuente. En estos casos, el periódico puede ofrecer anonimato a la fuente. Cuando una fuente deba permanecer sin identificar, el diario explicará las razones a los lectores. El editor responsable conocerá, por medio del periodista, la identidad de la fuente antes de la publicación, y tiene la obligación de mantenerla en reserva.

Los periodistas sólo pueden ofrecer anonimato a una fuente previa explicación a la misma sobre los criterios arriba establecidos.

**9. Publicidad-** La credibilidad del periódico está apoyada en una clara separación entre noticias y publicidad. Por ello, la cobertura de informaciones y la publicación de los materiales respectivos no está sujeta a criterios de publicidad.

El material producido fuera de la Redacción con fines de promoción ("gacetillas" o informaciones pagadas) debe ser claramente identificado y presentado de tal manera que permita al lector distinguirlo de las noticias.

**10. Concursos y premios-** Las notas, fotografías y cartones no se publicarán con el propósito de participar en concursos. Debe evitarse la participación del periódico en certámenes meramente comerciales, publicitarios o que atraigan el riesgo de desprestigio para el diario.

**11. Comité de ética-** Con el fin de garantizar la observancia de este Código de Ética y para brindar a los lectores un mecanismo de interacción con *El Universal*, se crea la figura del Comité, que tendrá entre sus funciones, las siguientes:

Recibir de los lectores solicitudes de corrección o rectificación sobre textos publicados, y resolver sobre la eventual publicación de opiniones. Analizar violaciones a los principios establecidos por este Código, y así como las sanciones correspondientes. Las demás que determine el Comité respectivo.

### 3.1 CONCLUSIONES

El manual anteriormente presentado pretende ayudar a la incorporación del nuevo trabajador al área de *El Universal Online*.

Es, a manera escrita, una información de bienvenida para que la persona de recién ingreso se sienta en ambiente más rápidamente. Quizá con una confianza establecida desde un principio, sin lugar a dudas podrá preguntar sobre cualquier duda y sentirse mejor incorporado.

Cuando una persona lleva ya algún tiempo en un trabajo y se familiariza y entabla compañerismo, hasta amistad, en su ambiente laboral, se siente segura y se refleja en su manera de trabajar; hay confianza; este manual pretende que alguien de recién ingreso sienta parte de ésta en sus nuevos.

Además de un Manual de Inducción, en *El Universal Online* hace falta un manual de procedimientos y uno de estilo.

El manual de inducción pretende encaminar a alguien en su labor diaria, sin embargo, para poder subir notas y hacer todos los procedimientos que se requieren en la página se utiliza una plantilla, de la cual no hay un manual de uso, todo se aprende conforme pasa el tiempo.

Asimismo es bien importante definir un estilo para el online, ya que se requiere de un lenguaje diferente a la de un periódico impreso desde cuestiones que van desde como hablar de un día, por ejemplo en el impreso se escribe para la edición



que saldrá el día de mañana, en cambio en internet se habla de hoy, del momento, se maneja información en tiempo real.

También uno de los problemas constantes en la redacción es que no hay un estilo definido, por lo que en cuestiones tan simples como poner el formato de la hora en ocasiones se difiere. Incluso hasta para poner palabras como “Irak” o “Iraq”; “ciudad o “Ciudad”; “mariguana” o “marihuana”, no es que estén mal escritas, pero si es necesario consolidar la manera de utilizarlas en la redacción.

Hasta por ejemplo en la forma de hacer un *promo* me he encontrado con diferencias en la manera de realizarlos; no hay un formato único para hacerlos y es importante definir la manera de elaborarlos.

## CONCLUSIONES GENERALES

Estamos frente a un momento en el que se ha revolucionado la manera de informarnos, con el paso de los días internet se va convirtiendo en un medio que se impone frente a otros.

Hoy en día hasta la radio tradicional, el periódico, y la televisión le apuestan más a internet y se ponen a la vanguardia. Ya podemos ver por ejemplo radio por internet; que los impresos sacan su sitio; televisión por internet, y que los programas suben sus contenidos y hasta telenovelas para no perder detalle de ellos.

Internet se convierte así en otro medio fuerte de mercado de trabajo para las actuales generaciones y para las próximas, y es importante que en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, así como otras instituciones y escuelas, puedan ver que los alumnos necesitan en su formación académica conocimientos sobre este nuevo medio.

Actualmente en la FCPyS ya existe una clase de “periodismo en línea”, pero es optativa, sin embargo, sería importante que el alumnado reciba este tipo de conocimientos de manera obligada; que el plan de estudios también se ponga a la vanguardia y las necesidades que van requiriendo por la revolución en los medios y en la manera de informar e informarnos.

Lo anterior lo expreso por mi experiencia personal, mi llegada al online y el convertirme en una periodista digital se dio por accidente. Cuando llegué a *El*

*Universal* tenía el fin de aprender en televisión o radio, sin embargo, al comenzar en prácticas profesionales fui enviada a la página de internet del periódico, para mí fue algo totalmente nuevo, yo ya sabía de la existencia de las páginas de los periódicos y sabía usar internet lógicamente, pues de alguna u otra manera todos los jóvenes siempre estamos en él y ya todo lo hacemos por esta vía, hasta el comunicarnos, pero el hecho de escribir para este medio y la manera de informar a la gente a través de él es diferente.

La experiencia al principio no fue tan grata, pues me costaba trabajo entender como se hacia periodismo en línea, sin embargo al paso de los días fui adquiriendo práctica y gusto, pues es un medio muy dinámico, en el que tienes que informar rápidamente lo que está pasando.

Por lo anterior es mi visión de que en la universidad se tienen que formar también periodistas digitales y expertos en internet. Ya se dejó de hablar sólo de la radio, televisión y el periódico como medios tradicionales, ahora también se incluye en la lista a internet.

Actualmente los periodistas que se dedican a un informar en línea son personas que con el paso de tiempo y la necesidad se formaron en el medio; pero estaría mejor si un egresado de la universidad ya trae el perfil de periodista digital<sup>49</sup>.

Además en tiempos de crisis, internet es un gran aliado para el público y para las empresas, ya que cada vez la gente compra menos periódico por el costo, y para la compañía porque en línea no se requiere un sistema de distribución, sin

---

<sup>49</sup> Aquel profesional que realiza y publica contenidos directamente en la red o en un medio digital

embargo es un gran atractivo para los anunciantes, ya que ven en este medio una buena forma de difundir publicidad.

Sobre mi propuesta de un manual de inducción para *El Universal Online* surge al ver la llegada de nuevos integrantes al área y la forma en la que las primeras semanas lucían, un poco desconcertados, alejados y con un poco de trabajo al entender la operación. Asimismo recordé mi llegada a este equipo de trabajo, pese a que ya llevaba algunos meses como practicante, me costó trabajo entender la manera de operar del nuevo equipo de trabajo y de saber quién realizaba qué para poder desenvolverme más adecuadamente.

El manual antes ya presentado tiene el objetivo de que la llegada de los próximos integrantes al área sea más cálida con el fin de que se incorpore rápidamente al equipo.

No es el caso de decir exactamente como se tiene que hacer el trabajo y como funcionan las cosas técnicamente, pues eso también es de suma importancia, pero para ello se requieren otros manuales, que también se necesitan en el área, como el de estilo y el de procedimientos para poder consolidar una mejor bienvenida y sacar dudas de cómo hacer las cosas para la página de internet, sin embargo, sólo se pretende “inducir” al nuevo trabajador al medio y que se sienta rápidamente familiarizado para poder mostrar un efectivo desempeño rápidamente.

## Fuentes

### Bibliografía

- Briggs, Mark, *Periodismo. Guía de alfabetización digital*. Knight Foundation, 2007.
- Castells. Manuel. *La galaxia de internet*. Arete, Barcelona, 2001.
- Castells. Manuel. *Fin del milenio*. Siglo XXI. México, 1996.
- Lackerbauer, Ingo. *Todo sobre internet*. Marcombo. Barcelona, 2000.
- Fogel, Jean Francois. Patiño, Bruno. *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Ed. Punto de lectura. España, 2005.
- Bettetini, Gianfranco. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Ed. Paidós. Barelona, 1995.
- Calabria, Jane. *Aprenda internet en 30 días*. Ed. Prentice-Hall. México, 1996.
- Crovi Druetta, Delia María. *Educación en la era de las redes: una mirada desde la comunicación*. México, UNAM, FCPyS, 2006.
- Dallal Castillo, Alberto. *Lenguajes periodísticos*. UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas. México, 2003.
- Fidler, R. *Comprender los nuevos medios*. Ediciones Garnica. Buenos Aires, 1998.
- Forester, Tom. *Sociedad de alta tecnología: la historia de la revolución de la tecnología de la información*. Siglo XXI. México, 1992.
- Gates, Bill. *Caminos del futuro*. MacGrawHill. México, 1995.
- Gates, Bill. *Los negocios en la era digital*. Plaza & JAnes. Barcelona, 1999.
- Katz, James E. *Consecuencias sociales del uso del internet*. Colección Nuevas Tecnologías y sociedad UOC. Barcelona, 2005.
- Matterlat, Armand. *La mundialización de la comunicación*. Paidós. México, 1998.
- Mcluhan, Marshall. *La aldea global: Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales del siglo XXI*. Gedisa. México, 1991.

Negroponete, Nicolás. *Ser digital*. Océano. México, 1996.

Negroponete, Nicolás. *El mundo digital: un futuro que ha llegado*. Ediciones B. Barcelona, 1999.

Sampere, Pedro. *McLuhan en la era de Google: memorias y profecías de la Aldea Global*. Popular. México, 2007.

Lazzarro, Víctor. *Sistemas y procedimientos, un manual para los negocios y la industria*, Editorial Diana, México 1972

### **Tesis:**

Martínez García, Rosario. *Primero y detrás de la noticia. Entrevista a Carlos Loret de Mola*. Tesis UNAM, FCPy S. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México 2009, 139 pp.

Villanueva Hernández, Víctor Manuel. *La cobertura mundial de Francia 1998, la Eurocopa 2000 y los Juegos Olímpicos de Sidney 2000 para Grupo Acir. Reporte de experiencia laboral*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México 2007, 109 pp.

Ramos Ramos, Fidel Pablo. *El reportero de espectáculos en El Universal Gráfico*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, 2002. 59 pp.

Venegas Guerrero Jorge, *El perfil del reportero de deportes de una agencia informativa*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. 1997. 109 pp.

Chavarín López, Jaqueline. *La elaboración del diseño de la imagen gráfica para los Juegos Olímpicos Atlanta 1996, Atenas 2004 y Mundial de Fútbol Alemania 2006 en Televisión Azteca. Reporte de experiencia laboral*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. 1998.

Badillo Gaona, Juan Manuel. *Reporte de experiencia laboral en el suplemento La Plaza del periódico El Economista*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México 2008.

Villasana Miranda, Jorge Adalberto. *De reportero a jefe de información en La Prensa. Un relato periodístico* Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. 2007.

Águila Chavarría, María Martha. *Manual de procedimiento de la síntesis de prensa matutina del IFE*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. 2006.

Jacques Ayala, Francis Dahyana. *Proceso de elaboración de la revista Architectural Digest México. Reporte de experiencia laboral*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. 2007.

Bobadilla Gómez, Gerardo. *EL trabajo del reportero y del editor en el diario Ovaciones, primera edición deportiva. Reporte de experiencia laboral*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. 2007.

Flores Martínez, María del Rocío. *Evacuación de noticiarios en Proyecto 40. Reporte de experiencia laboral*, Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. 2008.

Puente Gonzáles, Luis Gonzalo. *El manual de organización como medio de comunicación para mejorar el clima organizacional en una empresa del sector privado*. Tesis UNAM, FCPyS. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, 2002.

#### **Fuentes de internet:**

PERIÓDICO El Universal  
[www.eluniversal.com.mx](http://www.eluniversal.com.mx)

COMUNICACIÓN organizacional  
Consultada el 15 de abril de 2010  
<http://comorganizacional.blogspot.com/>

JOSÉ SARUKHÁN  
Consultado el 25 de agosto de 2009  
[http://es.wikipedia.org/wiki/José\\_Sarukhán\\_Kermez](http://es.wikipedia.org/wiki/José_Sarukhán_Kermez) [consultada]

PORTAL y página de internet

Consultada el 17 de abril de 2010

[http://www.formacionenlinea.edu.ve/todopublico/todo\\_publico/curso\\_paginasweb/unidad1/diferenciaentre\\_pagina\\_web\\_sitiou1.html](http://www.formacionenlinea.edu.ve/todopublico/todo_publico/curso_paginasweb/unidad1/diferenciaentre_pagina_web_sitiou1.html) [consultada 17 de abril de 2010]

LISTA de reconocimientos AMIPICI

Consultada el 22 de agosto de 2009

<http://www.amipci.org.mx/reconocimientos/index.php?reconocimiento=2005&ver=Ver>

WEB 2.0

Consultada el 30 de agosto de 2009

[http://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)

### **Entrevistas:**

Jorge Cervantes, subdirector de contenidos de *El Universal Online*, octubre de 2009.

Sergio Cárdenas, editor de contenidos de *El Universal Online*, octubre de 2009.

Gabriel Rojas, editor de contenidos de *El Universal Online*, octubre de 2009.

Francisco Montaña, editor de contenidos de *El Universal Online*, octubre de 2009.

Germán Díaz, editor de contenidos y sitio *Ve futbol* de *El Universal Online*, octubre de 2009.

María Dolores Zavala, de la sección Cartera de *El Universal Online*, octubre de 2009.

Fernando Rodríguez, auxiliar de contenidos en de *El Universal Online*, noviembre de 2009.

Carolina García, asistente de contenidos en *El Universal Online*, noviembre de 2009.

Rafael Montes, auxiliar de Fotografía en de *El Universal Online*, octubre de 2009.



Iván Quetcha, de la sección de Estados y carga nocturna en de *El Universal Online*, noviembre de 2009.

Marco Antonio Carreón, auxiliar de contenidos en Deportes y *Ve Futbol* en *El Universal Online*, noviembre de 2009.