

CAMBIOS DE LOS PERIÓDICOS EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS.

PROBLEMA

En los últimos años, los medios impresos han disminuido de manera importante su alcance a sus audiencias debido a cambios en el comportamiento del consumidor de información y noticias. Ante este escenario, los periódicos se han adaptado para mantenerse como un medio que se ajusta a las necesidades informativas de un grupo cada vez menor pero importante de lectores de este tipo de medios.

OBJETIVO GENERAL

Identificar los principales cambios adoptados por los periódicos para adaptarse a un escenario de consumo de noticias en medios digitales, observando en qué forma los periódicos vinculan la información presentada en medios impresos y digitales.

PROPUESTA

Se analizaron los principales atributos, características y contenido de 600 ejemplares de diario El Universo en la sala hemeroteca de la Biblioteca Municipal de Guayaquil para determinar los cambios a los cuales se han adaptado los periódicos. Tomando como referencia el mes de junio de los últimos 20 años. Se elaboró una ficha de observación para dejar constancia del levantamiento de información correspondiente a cada año.



Unidad de análisis: periódico El Universo.

FICHA DE OBSERVACIÓN			
Datos Generales	Nombre del periódico:		
	Fecha de publicaciones observadas:		
	Precio:	Medidas (cm)	Largo:
			Ancho:
	Número de secciones:	Número de páginas:	
DETALLE DE OBSERVACIONES			
Descripción general de la portada			
Descripción general de las secciones			
Estructura de noticias			
Contenido de noticias			
Publicidad			
Uso de fotografías			
Clasificados			
Entretenimiento y espectáculo			
Anuncios varios			
Fecha de observación:			
Tiempo de duración de la observación:			

Instrumento de medición: Guías de Observación.



Levantamiento de datos: Biblioteca Municipal de Guayaquil.

RESULTADOS

Formatos utilizados de 2001 a 2019 mantuvieron tipografía, isologo y estructura de noticias. Dimensiones: 31 x 55 centímetros.



2001

P.V.P. Mínimo: \$0,25.
P.V.P. Máximo: \$0,40.



A raíz de la participación de la selección ecuatoriana en el mundial de fútbol (2001) se prolongó el tratamiento de noticias sobre deportes en los siguientes años.



Los anuncios publicitarios acompañaron el proceso de adopción tecnológica. Las empresas de telefonía realizaban estrategias de marketing. La Ley de Comunicación (2013) restringió la publicidad de productos de consumo especial.



2013

2016

P.V.P. Máximo: \$1.

2019

2020



Los Clasificados redujeron extensión. En ocasiones se presentaba como un folleto adjunto, pero después se creó una página web para este tipo de anuncios.

Nuevo formato 2020. Reducción del 35% de su área de impresión. Uso de contraportada. Dimensiones: 28 x 39,5 centímetros.

CONCLUSIONES

- El periódico es un producto con valor histórico cuyo formato tradicional tiende a desaparecer.
- Es un inventario documental de hechos en el mundo que entrega contexto de lo que sucede, algo que los medios digitales no hacen.
- La automatización de noticias aceleró el proceso de inclusión en nuevos canales de información periodística en plataformas virtuales.
- Pese a las regulaciones por introducción de leyes, un periódico puede cambiar de formato, más no su esencia.