

CIBERREDACCIÓN PERIODÍSTICA: UNA APROXIMACIÓN CONCEPTUAL
A LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO DIGITAL

ESTUDIO DE CASO DE LOS DIARIOS DIGITALES
EL UNIVERSAL.MX Y EL PAÍS.COM

TESIS que para obtener el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presenta:

VÍCTOR ADRIÁN ESPINOSA MÉNDEZ

Asesora:

MTRA. ELIZABETH FABIOLA GUÍZAR GARCÍA

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Universidad Nacional Autónoma de México
Octubre 2012



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.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. CIBERPERIODISMO	
1.1. Un nuevo paradigma en la comunicación	8
1.2. Nociones para entender el ciberperiodismo	9
1.3. Características del lenguaje ciberperiodístico	11
a) Hipertextualidad	12
b) Multimedialidad	17
c) Interactividad	20
2. EL CIBERPERIODISMO EN HISPANOAMÉRICA	
2.1. Los siete gigantes digitales de Iberoamérica	24
2.2. En 2033, extinción de los periódicos mexicanos	27
2.3. Situación actual de los ciberperiodistas en Latinoamérica	28
3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. Nociones clave	31
3.2. Propuesta de análisis	36
3.2.1. Metodología	36
3.2.2. Estrategias metodológicas específicas	39
3.2.3. Generalidades de nuestra propuesta metodológica	40
4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS A LOS CIBERMEDIOS: EL UNIVERSAL.MX Y EL PAÍS.COM	
4.1. Hipertextualidad	45
4.2. Multimedialidad	54
4.3. Interactividad	69
5. CIBERREDACCIÓN PERIODÍSTICA: EL PERIODISMO EN LA RED ENCUENTRA SU PROPIA EXPRESIÓN	
5.1. Configuración del mensaje ciberperiodístico	89
5.2. Cómo se construyen los cibergéneros periodísticos	100
I. Nota informativa	100
II. Crónica	114
III. Entrevista	120
IV. Reportaje Hipermedia	127
6. CONCLUSIONES	133
7. FUENTES CONSULTADAS	138
8. ANEXO	144

INTRODUCCIÓN

En Internet ha nacido una nueva prensa,
con su propia identidad, su lenguaje
y un crecimiento tan vivo
que desafía a sus competidores [...]
El periodismo de la era digital
se encuentra en el polo opuesto:
descentralizado, interactivo, abierto, innovador.
Se respira otro aire
Jean-Francois Fogel y Bruno Patiño

En 2015 se cumplen 20 años desde que los primeros medios hicieron su aparición en el ciberespacio iberoamericano. Dos décadas que han supuesto una de las mayores sacudidas experimentadas por la prensa en toda su historia.

Este nuevo medio de comunicación ha venido a trastocar las más esenciales características de la profesión periodística. La investigación, la producción y la difusión de la información han evolucionado conforme las nuevas exigencias del público, pero hay un ámbito donde apenas comienzan a darse los primeros pasos: el lenguaje periodístico.

Al igual que hicieron la radio y la televisión en sus inicios, los cibermedios han tomado prestados de sus predecesores, sobre todo de la prensa, los géneros y los estilos periodísticos.

Tipos de texto como la noticia, la entrevista, el reportaje y la crónica han encontrado nuevo acomodo en los cibermedios.

De igual modo, el estilo impersonal, la estructura del titular y texto, y la pirámide invertida se han trasladado, entre otras rutinas del estilo informativo clásico, a las publicaciones digitales. Pero este sólo ha sido el punto de partida¹.

Y es que el lenguaje ciberperiodístico exige al periodista adecuar la información a nuevas clasificaciones, estructuras y estilos que han surgido con el avance de las nuevas tecnologías, tal es el caso de la presencia de la hipertextualidad como una de las herramientas centrales en la composición digital ha dado origen a nuevas estructuras en los trabajos periodísticos, los cuales se ven subordinados a los enlaces que conducen al lector a otras notas o páginas de Internet, esta cualidad ha modificado los géneros periodísticos, dando origen a versiones nuevas o más actualizadas de las hasta hoy conocidos, que van más acorde con el nuevo medio.

Por su parte, la multimedialidad e interactividad, características propias de Internet, han posibilitado la creación de un nuevo estilo que cruza la frontera del papel y hace posible la combinación de texto con videos, audios o imágenes fijas, así como la retroalimentación del lector hacia el periodista a través de nuevos recursos como foros o salas de chat.

Sin embargo, son pocas las investigaciones que hasta el momento profundizan en las nuevas características de los textos periodísticos a partir de su aplicación en Internet, basta decir que durante la primera década del siglo XXI se publicaron una serie de trabajos

¹ Ramón Salaverría, *¿Cómo escribir para la prensa digital?*. En: <http://www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0410-02.pdf> (09/09/2012, 12:27 am)

dedicados a registrar las características generales de estos productos informativos, pero no particularizaron sobre los cambios en cada uno de ellos, por ejemplo, el paso del reportaje escrito al multimedia, en el que predominan imagen, video y audio.

En este contexto destaca el trabajo de Nora Paul y Cristina Fiebich titulado *Cinco elementos de la narrativa digital*, en el cual realizan un esbozo de las características que deben tener los textos periodísticos en Internet, con el fin de dar los primeros pasos en su reconocimiento como nuevo medio.

En la primera década de su existencia, la World Wide Web ha sido usada primariamente como un nuevo canal de distribución de contenido. Todavía no se ha desarrollado como nuevo medio... para la mayoría, el contenido Web es simplemente contenido impreso entregado en línea.

[...] A fin de que la Web alcance ese estatus completo, los desarrolladores de contenido y los usuarios deben sacar ventaja de sus atributos, ambiente y funcionalidades. La Web debe pasar un proceso de maduración; el mismo que todos los nuevos medios han pasado. El ejemplo clásico de este proceso son las noticias de televisión. Al comienzo, estas eran simplemente reportes de radio leídos ante la cámara. Hoy, sin embargo, todas las habilidades del medio son utilizadas mientras cámaras desde múltiples ángulos, videos grabados y en vivo, fotos y gráficos son empleados para contar los eventos noticiosos diarios².

A la par, en el artículo “¿Cómo escribir para la prensa digital?”, Ramón Salaverría³ expone la necesidad de diseñar un lenguaje ciberperiodístico propio, que aproveche las nuevas posibilidades lingüísticas como lo es la hipertextualidad para construir no sólo nuevos y mejores canales de comunicación, sino también para modificar de forma positiva los géneros y formatos periodísticos hasta hoy conocidos.

Durante el curso “La nueva crónica periodística en tiempos de Internet”⁴, que ofreció el Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, desde la ciudad de Austin, periodistas que laboran para los ciberdiarios El Clarín.com, de Argentina; O Globo.com, de Brasil, y El Mercurio.com, de Chile, externaron que una de sus principales preocupaciones en este escenario digital es el desafío que representa el manejo de contenidos, donde ya no sólo se trata de información, sino también de tomar en cuenta la interactividad con los usuarios y la aplicación de nuevas herramientas multimedia en un ambiente tecnológico, muchas veces vertiginoso y desconocido.

Otros temas que destacaron por su discusión a nivel regional fueron el uso de enlaces que conduzcan a notas relacionadas, los contextos, la ética y la incorporación de opiniones, videos, fotografías o cualquier otro material del usuario en los contenidos periodísticos.

² Nora Paul; Christina Fiebich. *Elements of digital storybuilding*. Minneapolis: University of Minnesota, 2002, p. 25. En: www.inms.umn.edu/elements. (10/02/2011, 09:41am)

³ Ramón Salaverría, *¿Cómo escribir para la prensa digital?*, en Mediacción.com.

⁴ El curso, de modalidad a distancia, se llevó a cabo de abril a mayo del 2012.

Fue entonces que nos vimos frente a un escenario delimitado por la urgente necesidad de una aproximación conceptual con miras a construir un lenguaje propio de los géneros ciberperiodísticos⁵, el cual permita conocer las características y funcionalidades de estos formatos básicos en función de este nuevo medio.

La presente investigación analiza el lenguaje ciberperiodístico a partir de su aplicación en los géneros informativos e interpretativos⁶ (nota, entrevista, crónica y reportaje) utilizados en dos diarios digitales hispanos, El Universal.mx y El País.com, con el objetivo central de recoger las condiciones del ciberperiodismo y ofrecer una panorámica actual del fenómeno que ayude a comprender los nuevos formatos periodísticos en un medio en evolución.

Seleccionamos estos diarios por ser de los que más antigüedad tienen en el mundo hispano⁷ y que, a su vez, se ubican entre los más leídos en sus respectivos países⁸, también porque comparten una identidad geográfica, pero sobre todo lingüística: ahora, sin fronteras, la lengua española se ha difundido a través de la prensa digital logrando consolidarse y evolucionar a través de una construcción escrita más amplia y continuada en la red.

Si algo consiguen los diarios de lengua española presentes en Internet es aproximar los territorios de la comunidad hispana. Gracias a la lengua española, y en torno a ella y a su uso en los medios se crea una identidad hispana⁹.

⁵ Acuñado por el investigador y académico de la Universidad del País Vasco, Javier Díaz Noci, (en su ponencia *Los Géneros Ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*) el término "géneros ciberperiodísticos" define a los compuestos que son usados por los periodistas para comunicar un hecho periodístico a través de la red. Estos formatos no se apoyan sólo en palabras sino también en todo tipo de componentes informativos multimediales: hipertexto, imágenes, videos, audios, además de una estilística particular.

⁶ El estudio se enfocará en los géneros informativos e interpretativos que permiten apreciar el tratamiento directo que hacen los periodistas de la información en Internet, en contraste con los géneros de opinión que, hemos observado, aparecen tal cual como en la versión impresa.

⁷ **El Universal.mx.** Nace el 7 de marzo de 2001 como un sitio en Internet que rápidamente se posicionó como líder en noticias y en clasificados por su funcional diseño, herramientas interactivas y actualización constante de la información. Se trata de uno de los sitios en español con más tráfico en todo el mundo con 1 millón de usuarios al día y 13.5 millones de usuarios al mes. (Fuente: http://www.eluniversal.com.mx/disenio/servicios/EU_supublicidad.htm. 12/07/2010, 13:05pm)

El País.com. En 1996, fue el segundo periódico de España en ofrecer una edición electrónica en Internet, después del periódico en catalán Avui. También fue el primer periódico español que, el 18 de noviembre de 2002, impuso el sistema de pago para acceder a los contenidos informativos de su edición digital, lo que se tradujo en una disminución drástica de sus visitas. Fue hasta 2005 cuando este diario volvió a abrir la mayoría de sus contenidos gratuitamente, dejando básicamente a los suscriptores el acceso a contenidos multimedia y a la hemeroteca. Hoy cuenta con libre acceso a sus contenidos, exceptuando suplementos especiales. (Fuente: <http://www.elpais.com/especiales/2006/30aniversario/opcion.html>. 12/07/2010, 13:35pm)

⁸ La compañía de medición de tráfico cibernético, Alexa, sostiene que en España es El País.com el diario digital más leído ya que ocupa el lugar nueve entre los sitios más vistos de aquel país, donde destacan redes sociales y buscadores de Internet. Esta situación se repite en México con El Universal.mx, posicionado como el sitio de noticias más visto ocupando el lugar 12 a nivel nacional. (Fuente: www.alexa.com, 11/08/2012 11:49pm)

⁹ Antonio María López González, Los periódicos digitales hispanos: ejemplos de la unidad y diversidad de la lengua española, Burgos: XIV Congreso Internacional de ASELE, 2003. En: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_1081.pdf. 12/07/2010, 17:09pm.

Es importante señalar que, en los últimos años, estos diarios han registrado hechos como el ataque terrorista al Metro de Madrid o los festejos por el Bicentenario de la Independencia de México a través de productos digitales que conjugan hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, en busca de que la red sea vista como un nuevo medio de comunicación de creciente importancia.

El modelo comprende la realización y seguimiento de un análisis de contenido con el que buscamos conocer la funcionalidad de estas características en los cibertextos y, de esta forma, establecer las estructuras que han adoptado los géneros periodísticos en el ciberperiodismo.

Nos apoyamos en el método de observación formulado por Javier Díaz Noci¹⁰ en combinación con nuestra metodología propuesta. Tomamos en cuenta tres de las características básicas en la configuración de los textos en red: hipertextualidad (el formato textual y su extensión), multimedialidad (la riqueza de elementos, es decir, texto, audio e imagen) e interactividad (el número y tipo de interlocutores).

A estos parámetros sumamos “el estilo”, visto como el modo en el que se construyen los textos con diversos recursos lingüísticos y, en este caso, multimedia.

Nos enfocamos en las *portadas virtuales*¹¹ de ambos diarios, ya que tras un estudio previo¹² identificamos que en estas zonas se destacan la gran mayoría de los géneros a analizar en el presente trabajo.

De acuerdo con el objetivo del presente estudio, los cibertextos analizados responden a los siguientes requisitos y criterios: ser un documento propio de los géneros informativos e interpretativos y no opinativos; que desarrolle la información con texto y no sólo a través de recursos multimedia, y que sea un contenido producido para la versión digital.

La unidad de análisis de nuestro estudio está compuesta por 320 contenidos publicados en las portadas virtuales de ambos medios en un horario aleatorio durante la semana del 12 al 18 de septiembre de 2010.

Nos concentramos en este periodo porque se llevaron a cabo los festejos del Bicentenario en México que contaron con especial resonancia en España, lo que dio pie a la publicación de textos hechos con base en los géneros que buscamos analizar.

La presente tesis está compuesta por una introducción, cinco capítulos, conclusiones, bibliografía y un anexo.

En el primer apartado, al que nombramos “Ciberperiodismo”, describimos los fundamentos conceptuales más importantes a los que hacemos referencia durante el desarrollo del presente trabajo y que son necesarios para interpretar el contenido temático del mismo,

¹⁰ Javier Díaz Noci, *Los Géneros Ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*, p. 29.

¹¹ También conocidas como *home pages*, se trata de las páginas de inicio de un sitio web.

¹² Se realizó una prueba piloto del 29 de marzo al 4 de abril del 2010 con el fin de conocer las publicaciones diarias en los diarios digitales El Universal.mx y El País.com.

como “cibermedio”, “lenguaje ciberperiodístico” y lo relacionado con estas áreas.

En el segundo capítulo consideramos la necesidad de proponer una metodología de observación a partir de los planteamientos ya existentes dentro de los paradigmas teóricos y prácticos que se han desarrollado en miras al análisis de esta disciplina.

“El Ciberperiodismo en Iberoamérica” es el tercer capítulo del trabajo, en el que presentamos una taxonomía sobre el estado actual de este tipo de periodismo en la región, sobre la cual parte nuestra aproximación conceptual al lenguaje ciberperiodístico.

En este apartado tratamos acerca de la comunidad hispana de medios digitales, sus entes más representativos y el lugar que ocupan dentro del panorama mundial, para obtener una perspectiva más amplia sobre nuestra problemática de estudio.

El cuarto capítulo, “Resultados del análisis a los cibermedios: El Universal.mx y El País.com, describimos los principales hallazgos del análisis de contenido aplicado en los dos diarios digitales hispanos que fueron nuestros sujetos de análisis, con el fin de conocer si han existido cambios en las tendencias de producción informativa.

En el quinto capítulo, “Ciberredacción Periodística: El Periodismo en la Red encuentra su propia expresión”, analizamos el estilo de ambos medios digitales, porque su estudio también implica investigar y explorar su lenguaje, reglas y estructuras discursivas, con el objetivo de aprovechar al máximo sus ventajas y minimizar sus desventajas.

Examinamos primero la configuración del mensaje ciberperiodístico, donde destacan conceptos como “redacción por capas” o “longitud de los contenidos”. A continuación, estudiamos la producción en este ambiente digital de titulares, sus tipos y funciones, para posteriormente abundar en el lenguaje con el que se construyen los cibergéneros periodísticos.

Nos resta decir que esta investigación es todo un esfuerzo intelectual de los autores por llevar a estudiantes y profesores de periodismo, así como a periodistas profesionales, en especial a quienes han incursionado en esta especialidad digital, un acercamiento a las estructuras, conceptos y definiciones que predominan en este nuevo medio de comunicación, Internet.

CAPÍTULO I

1. CIBERPERIODISMO

Analizar al ciberperiodismo exige hacer un balance sobre qué tendencias, metodologías y temas se han priorizado en los últimos años, además de identificar y definir esos conceptos que hacen del discurso periodístico digital un objeto de estudio diferente al de otras manifestaciones periodísticas.

Para poder entender y visualizar este panorama en general, en este capítulo describiremos los fundamentos conceptuales más importantes a los que hacemos referencia durante el desarrollo del presente trabajo y que son necesarios para interpretar su contenido temático.

Estos conceptos hacen referencia a temas como *cibermedio*, *lenguaje ciberperiodístico* y lo relacionado con estas áreas.

1.1 Un nuevo paradigma en la comunicación

El ciberperiodismo ha llegado a trastocar las más esenciales características de la profesión periodística, que se traduce en nuevas exigencias para los periodistas, quienes deben trabajar en publicaciones convergentes, capaces de informar al lector en diferentes lenguajes multimedia, como audio, imagen o video.

La utilización de estos lenguajes es una de las grandes ventajas de los cibermedios sobre los medios tradicionales -prensa, radio y televisión- porque le permiten al periodista proporcionar mayor contexto y análisis en la construcción de la realidad social.

Sumado a esto, el reportero debe agregar a su trabajo una exigencia más: tomar en cuenta la reacción inmediata del lector, cualidad única de este nuevo medio que permite al usuario manifestar su opinión en tiempo real, dotándole así de un alto grado de participación frente a la noticia.

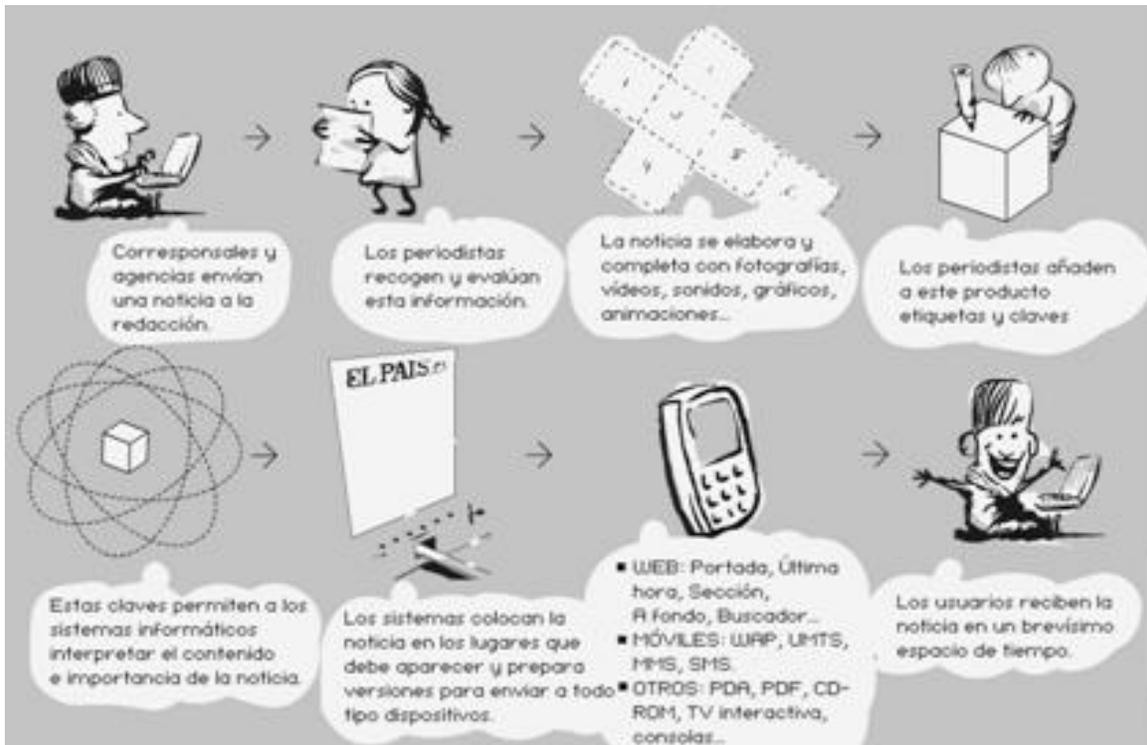
Al tiempo que se actualiza de manera permanente, el periodista debe saber que maneja contenidos, con todas las implicaciones periodísticas, pero también interacciones, las cuales debe propiciar, alimentar y mantener, porque son la vida de su medio.

[...] La actualización debe hacerse de forma permanente, bien sea periódica, si tiene una audiencia cautiva, o bien en tiempo real, en relación con los acontecimientos, si quiere impulsar nuevas visitas en su sitio.¹³

Estos cambios en la dinámica de la producción de la información han transformado las rutinas profesionales de los periodistas al tiempo que les ha proporcionado un nuevo desafío: buscar una comunicación de doble vía en sus contenidos, para que guarden una relación más participativa con la audiencia.

13 Mario Morales. "Tendencias y debates actuales en el periodismo digital", en *Signo y Pensamiento*, p.94.

Es así como el cibermedio se encuentra en un proceso de constante redefinición y reinención de sus estructuras, por lo que analizar su producción nos exige antes hacer un balance sobre qué tendencias, metodologías y temas se han priorizado en los últimos años, además de identificar y definir esos conceptos que hacen del discurso periodístico digital un objeto de estudio diferente al de otras manifestaciones periodísticas.



“¿Cómo se hace una noticia?”, captura de *El País.com*¹⁴.

1.2 Nociones para entender el ciberperiodismo

Los estudiosos que se han aproximado a esta nueva especialidad periodística la han nombrado periodismo “online”, “digital”, “en red”, “multimedia” o “electrónico”, pero nosotros hemos decantado por las denominaciones “ciberperiodismo” y “periodismo digital” ya que gozan de un mayor respaldo en el ámbito académico.

No consideramos que el resto de las terminologías sean incorrectas, pues resulta habitual una indefinición terminológica en los primeros estudios sobre un nuevo medio, pero creemos que el término seleccionado conjuga en una sola palabra las cualidades no sólo de esta nueva forma de hacer periodismo, sino también las del medio en el cual se desenvuelve.

El concepto “ciberperiodismo” fue postulado por teóricos españoles entre los que destacan Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría, este último apoya la nueva denominación porque recoge, principalmente, el espíritu del nuevo medio y la define como: “La especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos.”¹⁵

14 En: <http://www.elpais.com/especiales/2006/30aniversario/opcion19.html>. (01/11/2010, 14:55pm)

15 Ramón Salaverría. *Redacción periodística en Internet*, p.21.

Salaverría ve en el ciberespacio al “cibermedio”, al cual considera un soporte digital capaz de posibilitar la multidireccionalidad, es decir, el diálogo entre los interlocutores del proceso comunicativo (periodistas y público) mediante redes, muchas veces en tiempo real.

También, Díaz Noci ve en el ciberespacio “un nuevo medio con características propias que lo hacen diferente del espacio impreso o del audiovisual, y por tanto los medios que en él se producen, aunque no se hayan emancipado completamente de modelos precedentes, tienen rasgos bien definidos”¹⁶.

A ellos se suma Francisco Campos, quien concibe también al “cibermedio” como un medio “que emplea el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas. Se conciben como emisores de contenidos que tienen voluntad de mediación entre hechos y público, utilizan fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usan el lenguaje multimedia, son interactivos e hipertextuales, se actualizan y se publican en Internet”¹⁷.

Destaca también la definición que hace la colombiana Marta Milena quien observa al ciberperiodismo como un “fenómeno de penetración veloz, que está cambiando la naturaleza de la relación de la audiencia con los productores de noticias”¹⁸.

Otros como el español Quam Gil consideran que también rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a receptor, ya que permite una retroalimentación real y permanente, lo cual da origen a un modelo de interacción mediático¹⁹.

Es así que definimos al cibermedio como un soporte de publicaciones convergentes, capaces de informar al lector en diferentes lenguajes multimedia -audio, imagen o video-, y que nos permite conocer la reacción inmediata del lector, lo cual proporciona mayor contexto y análisis en la cobertura de la realidad.

- *Generaciones del Ciberperiodismo*

Desde finales de los años 90, el Ciberperiodismo ha presentado un desarrollo en distintas zonas del mundo que para muchos autores se puede dividir en generaciones.

Nos inclinamos por la propuesta de los españoles David Caldevilla y Cristina González en “La narrativa en el Periodismo Binario”²⁰ y la del colombiano Mario Morales en “Tendencias y debates actuales en el Periodismo Digital”²¹, quienes dividen el desarrollo de este tipo de periodismo en tres generaciones:

16 Javier Díaz Noci. *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*, pp. 10-11.

17 Francisco Campos. *Gestión de nuevas empresas periodísticas*, p.148.

18 Marta Milena. “Los Diarios Digitales en América Latina: entre la revolución, la redefinición y la frustración”, en *Investigación y Desarrollo*, p440.

19 Quam Gil. “Diseñando el periodismo digital”, en *Sala de Prensa*, p. 1.

20 Apoyados en los estudios previos de John V. Pavlik, Marcos Palacios, Luciana Mielniczuck y Afonso Silva Jr., David Caldevilla y Cristina González hacen mención de estas tres generaciones en “La narrativa en el Periodismo Binario”, ponencia presentada durante el XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca (España), 2010, p. 3.

21 Mario Morales. “Tendencias y debates actuales en el Periodismo Digital”, en *Signo y Pensamiento*, p. 92.

1. *Periodismo 1.0 o de primera generación*. Cuando los medios impresos²², al acceder al soporte digital, vuelcan de manera literal lo publicado en el papel, sin conocer las características del nuevo ciberlenguaje que permiten narrar la información de una manera más adecuada.
2. *Periodismo 2.0 o de segunda generación*. En este segundo eslabón, los diarios digitales desarrollan nuevos tipos de narrativa, aún dependientes del soporte papel y del discurso digital analógico.
3. *Periodismo 3.0 o de tercera generación*. Aquí, los cibermedios alcanzan autonomía de las versiones impresas. Surgen iniciativas empresariales y editoriales para crear contenidos y narrativas de acuerdo con las características de Internet.

Morales explica la posibilidad de una cuarta fase, en la que el modelo multimedial -la convergencia de audio, imagen fija, imagen en movimiento y texto- sea autónomo en cada una de sus partes pero integradas, sujetas a la decisión del usuario.

Lejos de esta fase, para muchos autores latinoamericanos, como la ecuatoriana Diana Rivera²³ o los mexicanos Mirna Santoyo y Raúl Camacho, una gran parte de los diarios digitales en Latinoamérica aún se ubican en el *Periodismo 1.0*, ya que poseen características propias de medios tradicionales, sin pretender un aprovechamiento de los recursos que caracterizan al cibermedio.

En particular, los diarios digitales que estudiaremos para el presente análisis, El País.com y El Universal.mx, se ubican en la tercera generación, debido a que comparten características distintas a sus versiones impresas, siendo la principal su autonomía en la producción y edición de contenidos propios para Internet.

En el 61% de los diarios digitales de Latinoamérica, la mayoría del contenido es el de su edición impresa. Sólo en el 27% de ellos, la mayoría es contenido propio, de acuerdo con un estudio realizado por²⁴ El Tiempo.com, diario digital de Bogotá, Colombia. Falta de recursos económicos y de capital humano, además de poco o nulo conocimiento en el área son algunas de las causantes.

1.3 Características del Lenguaje Ciberperiodístico

Para informar sobre el acontecer social, los cibermedios hacen uso de un lenguaje propio. En común acuerdo con los estudiosos del área, Salaverría explica que la configuración de este ciberlenguaje “pasa por incorporar, sobre todo, tres novedosos ingredientes para el ciberperiodismo: la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad”²⁵.

22 Nos referimos a los medios impresos porque la televisión y la radio aún carecen de una presencia tan activa en Internet como los primeros.

23 Diana Rivera. “Evolución del Ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja”, en *Razón y Palabra*, p. 15.

24 El Tiempo.com, el Grupo Diarios de América y la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano realizaron una encuesta vía telefónica en la redacción de los principales diarios digitales de 18 países de Latinoamérica. Véase: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3484752> 12/07/2010, 13:05pm.

25 Ramón Salaverría. “Diseñando el lenguaje para el Ciberperiodismo”, en Chasqui (Revista Latinoamericana

Hasta ahora, señala el autor, los medios tradicionales como radio, periódico y televisión no han contado con la posibilidad de difundir informaciones que a su vez sean hipertextuales, interactivas y multimediales. Es así como Internet encuentra ventaja en sus cibertextos²⁶ y se gana el reconocimiento como medio.

En el siguiente cuadro²⁷, elaborado por Javier Díaz Noci, se observa con mayor precisión estas características que han hecho del Internet un medio nuevo y de mayores alcances en comparación con los ya existentes:

	DIARIO		RADIO		TV*		CIBERMEDIO	
	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo
HIPERTEXTUALIDAD	Bajo	Textos interrelacionados en las páginas	Ninguno	-	Ninguno	-	Alto	Navegación por nodos
MULTIMEDIALIDAD	Bajo	Textos + imágenes	Ninguno	Sólo sonido	Medio-Alto	Imágenes (estáticas / dinámicas) + sonido + (textos)	Alto	Textos + imágenes (estáticas / dinámicas) + sonido
INTERACTIVIDAD	Bajo	Cartas de los lectores	Medio	Llamadas telefónicas	Bajo	Llamadas telefónicas + encuestas	Alto	Navegación dirigida por el lector / Diálogo entre periodista y lector
SIMULTANEIDAD	Ninguno	Edición diaria	Alto	Programas en directo	Alto	Programas en directo	Alto	Suministro constante de información

* No se incluye la TV interactiva.

*Ejemplo tomado de *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*.

A continuación, citaremos uno a uno los elementos del lenguaje ciberperiodístico indicados anteriormente²⁸:

a) **HIPERTEXTUALIDAD**

De acuerdo con Díaz Noci, los cibermedios obligan a los periodistas a producir información bajo características como la interactividad o la hipertextualidad, imposibles de conseguir en los medios que hasta ahora conocemos.

Esta última es quizá la que cobra mayor importancia entre la comunidad académica especializada, debido a los grados de profundidad que permite crear en los cibertextos, comúnmente de breve extensión.

de Comunicación), pp. 38-45.

26 El **cibertexto** es visto como un compuesto no sólo de palabras escritas sino de todo tipo de componentes informativos como sonidos, hipertextos, bases de datos, imágenes, pero también la interfaz o los recursos sobre los que se construye la arquitectura de la información. En Javier Díaz Noci, *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos... op.cit.*, p. 10.

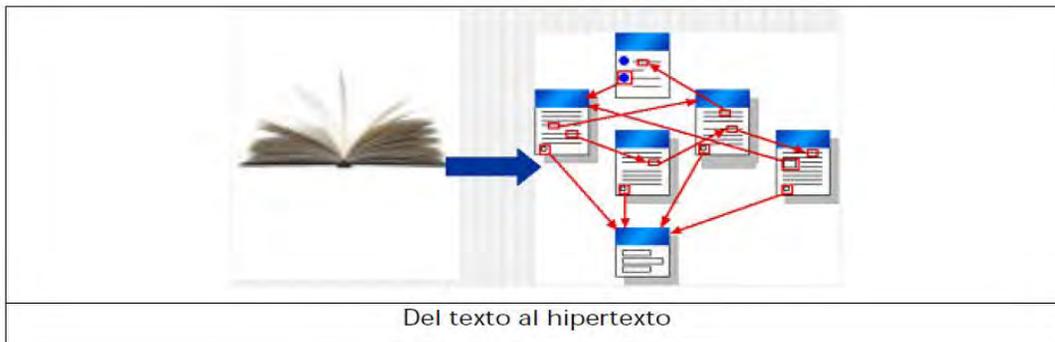
27 *Ibidem.*, p. 10.

28 Para efectos de esta investigación sólo se estudiarán las siguientes características del discurso periodístico digital: hipertextualidad, interactividad y la multimedialidad, las cuales han sido calificadas de “básicas” en el ciberperiodismo por los estudiosos del área.

Antonio Hidalgo explica²⁹ que la importancia de la hipertextualidad recae en la posibilidad que ofrece a los periodistas de enlazar sus textos con otros que les sean complementarios. Hay que puntualizar que esta función le permite a los cybermedios emular al *pensamiento humano*, ya que éste opera por asociaciones cuando relaciona un dato en específico con otro del pasado o con ciertos supuestos³⁰.

Este sistema de interconexiones, Nora Paul y Christina Fiebich también lo llaman “contexto” que, de acuerdo con las teóricas estadounidenses, en la narrativa digital permite traer al presente información relevante que ofrezca un mayor entendimiento al lector³¹.

Explican que los textos en los medios tradicionales son autónomos y no necesitan nexos de contexto, motivo que las lleva a inclinarse por los cibertextos vinculados en los cybermedios, ya que ofrecen acceso a información adicional.



*Ejemplo tomado de *Los géneros cyberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*.

Hipertexto: principal herramienta en el cyberperiodismo

Si bien dotar al cibertexto de información complementaria es uno de los beneficios de esta característica, también lo es la entrega, por primera vez, del control sobre el relato a los lectores, condición que posiciona al hipertexto y, en general, a la hipertextualidad como la principal cualidad del cyberperiodismo.

Esta herramienta se ve apoyada a través de hipervínculos o enlaces a otros textos con los que se busca incrementar contexto sobre lo que se escribe y dotar a la información de mayor profundidad.

Durante la segunda mitad del siglo XX, fue Theodor H. Nelson quien utilizó por primera vez el término “hipertexto” a partir de los intereses del usuario, lo definió de la siguiente manera:

Con “hipertexto” me refiero a la estructura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lee mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por

29 Antonio López Hidalgo, “Los géneros periodísticos en la red: una clasificación posible para un medio en evolución”, en *Estudios de Periodismo*, p. 2.

30 Véase: Antonio López Hidalgo, *op. cit.*, p. 2 y Marina Vianello Osti. *El hipertexto entre la utopía y la aplicación: identidad, problemática y tendencias de la Web*, p. 327.

31 Nora Paul; Christina Fiebich. *Elements of digital storybuilding*. Minneapolis: University of Minnesota, p. 6.

nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario.

Es sabido que, con la aparición de los ordenadores multimedia, esos nexos no sólo tienen lugar entre palabras, sino también entre sonidos, imágenes y datos. Ello permite un tipo de recuperación de información multilineal, o si se prefiere transversal. En lugar de seguir el orden de las páginas de un libro, de las hojas de un periódico, de los compases de una melodía o de las secuencias de un film, el hipertexto proporciona múltiples hilos para recuperar la información en función de los intereses concretos del usuario³².

Este control sobre el relato consiste en las innumerables posibilidades que tiene el usuario de realizar la lectura, pues tiene la voluntad de leer el texto de forma pausada y detenerse en las ligas que, guiados por sus intereses, los trasladen hacia otros contenidos que haya registrado el periodista.

De acuerdo con Marina Vianello³³, esta función permite desestructurar los textos que se publican en medios tradicionales, porque implica para el lector la reescritura del texto y su interpretación personal frente a la totalidad de la información potencialmente disponible.

Taxonomía del Hipertexto

El hipertexto se compone de una serie de hipervínculos o enlaces, los cuales pueden ser identificados por palabras, íconos o frases que funcionan como ligas a otros textos o nodos.

De acuerdo con los investigadores italianos Gianfranco Bettini, Barbara Gaspirini y Nicoletta Vittadidni, el funcionamiento del hipertexto puede ser comprendido en tres niveles, que componen la dimensión comunicativa del mismo: la organización de los contenidos, la prefiguración de las dinámicas de recuperación y la visibilidad de ambas³⁴.

Frente a las diversas clasificaciones que existen sobre el hipertexto, nosotros nos inclinamos por la propuesta por Díaz Noci en su libro *La escritura digital*³⁵, basada a su vez en las de Pascual Cantos, Francisco Martínez y Gregorio Moya. La clasificación depende ya sea del destino al que remiten los hipervínculos, el propósito de la relación o su posición en el texto:

- Según el destino:
 - a. Externo / Interno.
 - b. De conexión entre aplicaciones.
 - c. De comando.
 - d. Unirrelación / Multirrelación.

32 Javier Echeverría. "Internet y el periodismo electrónico", en *Sala de Prensa*, p. 3.

33 Marina Vianello, *El hipertexto entre la utopía y la aplicación: identidad, problemática*, Óp. Cit., p. 327.

34 *Ibidem*, p. 63.

35 Javier Díaz Noci. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*, p. 158.

e. De desplazamiento.

2. Según el propósito:

- a. Estructurales
 - o Jerárquicos.
 - o Semánticos.
- b. Explícitos / Implícitos.
- c. Unidireccionales / Bidireccionales.
- d. Planos / Definidos.

3. Según su posición:

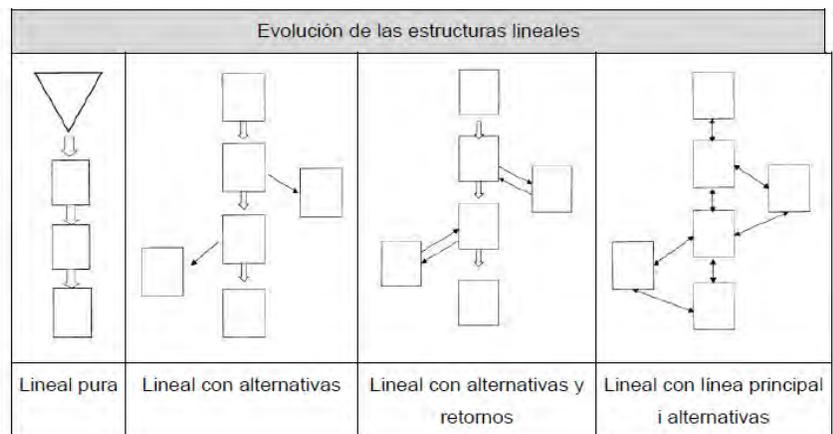
a. Incrustados o implícitos porque se desprenden del concepto.

b. En forma de lista o menú. Este tipo de enlaces son explícitos porque mencionan el destino.

Las estructuras que forman estos enlaces también son clasificadas por Díaz Noci como:

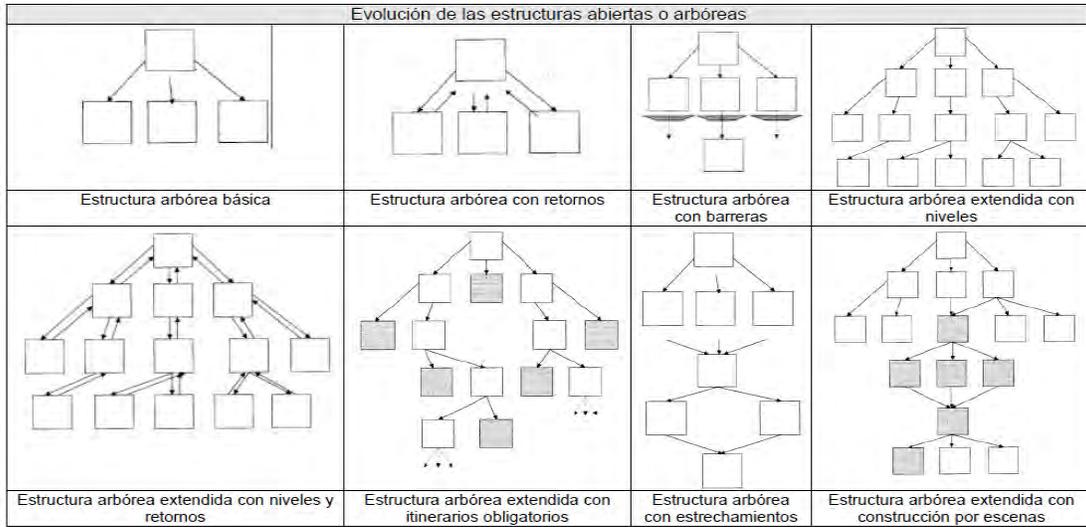
1. Axiales³⁶.

a. Lineales.

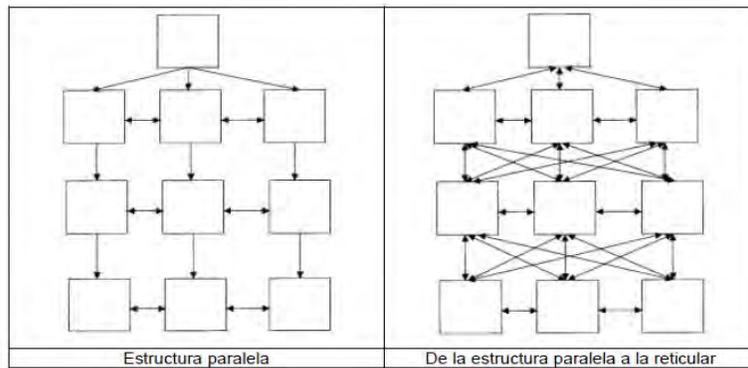


³⁶ Las gráficas que ejemplifican cada una de las clasificaciones de hipertextos fueron tomadas de Javier Díaz Noci, *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos*, *Óp. Cit.*, pp. 15-20.

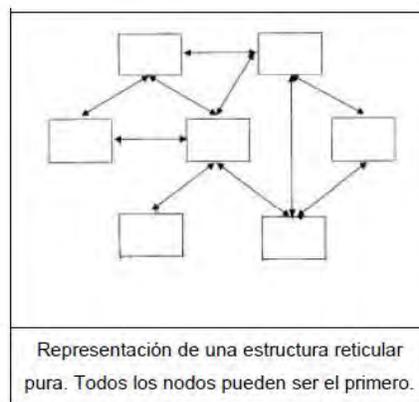
b. Arbóreas.



c. Paralelas.



2. Reticulares. La unión y combinación de las anteriores dan como resultado estructuras reticulares.



Estas estructuras guardan un grado de apertura y profundidad, el cual depende del número de niveles por los que están construidas y el número de itinerarios (líneas de lectura posible) de cada nivel.



*Ejemplo tomado de *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*.

Lo aconsejable por los teóricos en los cibermedios son estructuras lineales, guiadas y poco profundas.

b) INTERACTIVIDAD

Una de las principales características de este cibermedio es la desaparición de la frontera entre periodistas y audiencias pasivas, dando como resultado un lector interactivo que puede corregir o sumar datos a la información, incluso buscar una retroalimentación con el autor de la nota.

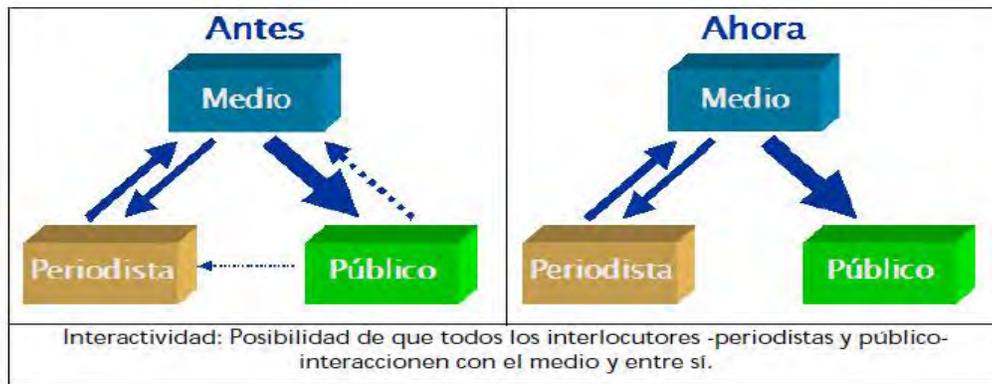
Nos referimos a la interactividad, uno de los conceptos que más divergencias ha provocado por los especialistas y que sus definiciones son recogidas por Díaz Noci en *La interactividad y el periodismo on-line: una aproximación teórica al estado de la cuestión*³⁷.

El teórico español se inclina por aceptar las definiciones que hace Marie-Laure Ryan al distinguir dos clases de interactividad en los cibermedios³⁸.

- **Selectiva o Autorial.** Este tipo de interactividad sólo permite escoger entre alternativas predeterminadas por el medio. Corresponde al hipertexto exploratorio: cuando el cibernauta guía su lectura al pulsar sólo los enlaces propuestos.
- **Productiva o Inclusiva.** La interactividad de esta clase le permite al cibernauta participar de la producción de los contenidos. Puede realizar cambios en la dinámica del cibertexto: modificar la información.

37 Véase la propuesta metodológica presentada por Díaz Noci sobre la participación de la interactividad dentro del ciberperiodismo. En: http://www.faculdadesocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/9/1dp_javier.pdf 09/02/2010, 09:05am.

38 Marie-Laure Ryan. *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*, pp. 34-35.



*Ejemplo tomado de *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*.

Díaz Noci va más allá al proponer una serie de estructuras interactivas resultantes de las dos anteriores, las cuales clasifica del siguiente modo:

1. *Aleatorias*. El usuario desconoce de antemano el destino al que le conducen los enlaces propuestos, añaden elementos lúdicos y de sorpresa.
2. *Fijas*. Sólo son modificables (mediante sustitución) por el autor.
3. *Relacionales*. Recogen información de los usuarios y, en función de ello, organizan la información que se les muestra.
4. *Contributivas*. Permiten al usuario intervenir en los contenidos (generalmente, añadiendo cosas; por ejemplo, los foros)³⁹.

Sobre esta última recae el concepto de *dialogismo*, que los teóricos han acuñado para nombrar a las diversas formas y herramientas que adopta la interactividad en los cibermedios con el fin de incrementar la participación del usuario, como foros, chats, redes sociales, correo electrónico, etcétera.

Estas herramientas son clasificadas bajo las siguientes variables⁴⁰:

1. Grado de dialogismo:
 1. Simétrico: Uno a uno o muchos a muchos.
 2. Asimétrico: Uno a muchos o muchos a muchos.
2. Temporalidad: Sincronicidad o Asincronicidad.
3. Técnica:
 - Dialógicas:
 - Correo electrónico.
 - Foro.

³⁹ *Ibid.*, p. 19.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 20.

- Chat.
- SMS.
- Redes Sociales.
- Personalización:
 - Búsqueda en base de datos.
 - Configuración de la interface.

4. Intervención del medio:

1. Moderación.
2. Ausencia de moderación.

En este contexto destaca la definición que hace Sergio Goldenberg, quien considera a la interactividad como “la capacidad de un sistema -en este caso de un sitio de Internet- de poder `conversar´ realmente con sus lectores. Esto incorpora un cambio importantísimo en el mundo periodístico: entregarle al lector el real control de lo que consume”⁴¹.

Aparición de la narrativa interactiva

Esta participación activa del ciberusuario en el periodismo digital ha dado origen a un “texto interactivo”, que, definido por Peter B. Andersen, es aquel donde el lector puede modificar el discurso de una manera que pueda ser interpretado por él y aún tenga sentido dentro del propio discurso⁴².

La estructura no lineal, explica Goldenberg, da al periodismo la posibilidad de profundizar contenidos, al tomar en cuenta la capacidad enciclopédica de la red, y redefinir su forma de escribir.

Es así como el relato en los cibermedios se crea en conjunto, tanto por lo dispuesto por el autor a través del sistema como por las preferencias del lector. El inicio y el final de las historias depende ahora de las necesidades de cada lector a través del control personal de la experiencia informativa.

A partir de este concepto, surge una “narrativa interactiva” que se apoya en los enlaces o links para crear discursos posibles de ser modificados por el lector, como también lo considera Díaz Noci, quien señala que la narrativa en el periodismo digital precisa de entornos colaborativos -interfaces⁴³- entre sistemas y usuarios para ser finalmente materializada.

41 Sergio Goldenberg. “La interactividad: El desafío pendiente del periodismo online”, en *Cuadernos de Información*, p. 83.

42 Peter B. Andersen; Berit Holmqvist, y Jens F. Jensen. *The computer as medium*, pp. 494.

43 La interface o interfaz es definida como una zona de contacto, una conexión entre dos componentes de “hardware”: entre dos aplicaciones o entre un usuario y una aplicación. En Rafael Fernández Calvo. *Glosario básico inglés-español para usuarios de Internet*, www.ati.es/novatica/glointv2.html. Para *Tipos de Interfaces*, véase **Anexo**.

Bajo estas condiciones, de acuerdo con Rafael Royo, se ha originado “un estado de percepción determinado, donde el lector, o usuario, ha desarrollado ya un nuevo modelo de interacción con la información y donde se enfrenta a códigos y lenguajes nuevos”⁴⁴.

Con todas estas variables, Lucía Santaella considera al *cibermedio interactivo* como “todo espacio informativo multidimensional que, dependiente de la interacción del usuario, permite a éste el acceso, la manipulación, la transformación y el intercambio de sus flujos codificados de información [...], espacio que se abre cuando el usuario se conecta a la red [...] hecho de circuitos informativos navegables”⁴⁵.

Se trata entonces de un nuevo medio en el que lejos de sólo difundir la información en periodos fijos, los editores digitales buscan ofrecer al consumidor la posibilidad de elegir cómo y cuándo revisar las noticias, sin perder ningún detalle.

c) MULTIMEDIALIDAD

Frente a la hipertextualidad o la interactividad, la multimedialidad es quizá la característica menos analizada por los estudiosos de este campo y desarrollada por los periodistas, debido a que exige la realización de una convergencia de medios en una misma unidad discursiva.

Esta exigencia en la que hacemos hincapié, Díaz Noci la define como “la capacidad de procesar y difundir mensajes que integran diversos códigos lingüísticos -textuales, visuales y sonoros- y gozan de unidad comunicativa”⁴⁶.

Estos diversos códigos vienen apoyados en nuevos elementos que además del texto se integran a lo que el teórico español llama “producciones multimedia”, contenidos donde dichos elementos pueden colocarse yuxtapuestos o por medio de una verdadera integración de lenguajes en el marco del encuadre rectangular: la pantalla.

Los elementos a los que nos referimos son los siguientes⁴⁷:

1. Sonido.
2. Imagen
 - 2.1. Fija.
 - 2.2. En movimiento.
3. Infografía.
4. Programas autoejecutables (applets, Java, Flash...).

Goldenberg explica que el desarrollo de estos elementos en el ciberperiodismo produce espacios digitales atractivos, los cuales consiguen que la experiencia sensorial del público sea también efectiva en cuanto al grado de claridad y compromiso con la historia.

44 Javier Royo. *Diseño digital*, p. 45.

45 Lucía Santaella. *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do lector imersivo*, p. 45.

46 *Ibid.*, p. 16.

47 *Ibid.*, p. 16-17.

Para lograr que el público se sumerja en el pequeño mundo llamado `historia periodística`, explica el chileno, “los recursos visuales y multimediales no son un simple complemento, sino una parte esencial de la historia⁴⁸”.

Aparición de una `orquestación multimedial`

La comunidad estudiosa en el tema explica que no hay que confundir la multimedialidad con un *collage* formado por diferentes tipos de medios, el llamado *manymedia*⁴⁹, sino que se debe entender como una integración donde los elementos sean parte de una totalidad armónica.

A esta integración, Goldenberg le llama “orquestación multimedial”, el concepto surge de una analogía con las orquestas sinfónicas, en las que, según explica el autor, los instrumentos tienen un papel diferente y no tocan al mismo tiempo, pero cada uno es parte de un todo armónico.

Campos Freire observa en esta orquestación una de las grandes ventajas de los cibermedios sobre los medios tradicionales, porque “pueden disponer de características singulares de la edición de un diario impreso, de un canal radiofónico, de una emisión de televisión, de una gran biblioteca en línea, de un servicio documental o de un sistema automático de gestión de contenidos”⁵⁰.

A él se suman Elías Machado, Clarissa Borges y Milena Miranda, quienes también observan en esta “composición digital” una ventaja que “permite una ruptura con el modelo que yuxtapone contenidos de los medios convencionales porque promociona la aparición de un concepto distinto de combinación entre objetos de varios tipos: videos, audios, imágenes fijas o modelos 3-D”⁵¹.

Mientras el sistema de los medios convencionales trabaja dentro de la lógica de objetos continuos”, explican los académicos, “la lógica estructural de la cultura de las computadoras funciona de forma modular, aumentando las condiciones para las sucesivas mutaciones en los contenidos en circulación por el ciberespacio⁵²”.

Con esta nueva integración de los elementos, el ciberperiodista consigue la creación de “documentos multimedia”, los cuales “deben aglutinar diseño, imagen estética del producto y lógica estructural de la presentación de los diferentes nodos que conforman el material a difundir y las distintas modalidades expresivas”⁵³.

48 Sergio Goldenberg, “La interactividad: El desafío pendiente del periodismo online”, *Óp. Cit.*, p. 85.

49 Término acuñado por la académica María José Pérez Luque, quien fuera directora del Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Universidad de Navarra, localizada en la ciudad de Navarra, España.

50 Francisco Campos, *Gestión de Nuevas Empresas... Óp. Cit.*, p. 148.

51 Elías Machado; Clarissa Borges; Milena Miranda, “Géneros narrativos en el periodismo digital baiano”, en *Sala de Prensa*, p. 1.

52 *Ibidem*.

53 Francisco Campos, *Gestión de Nuevas Empresas... Óp. Cit.*, p. 148.

Consideraciones en los contenidos multimedia

Estos contenidos que se trabajan bajo un enfoque multimedia cuentan con ciertas consideraciones que Paul y Fiebich categorizan de la siguiente forma⁵⁴ y que nos parece importante mencionar por su grado de implicación en el surgimiento de nuevas narrativas para informar sobre la realidad:

- **Configuración.** La relación de los elementos multimedia con la unidad discursiva. Hay por lo menos tres tipos de estas relaciones:
 - **Monomedia.** Sólo un medio es utilizado para contar la información, usualmente texto o video.
 - **Múltiple media.** Dos o más tipos de elementos multimedia son usados para contar diferentes partes de la información. No trabajan en conjunto y, con frecuencia, repiten la información suministrada por el otro.
 - **Multimedia.** Dos o más tipos de elementos multimedia convergen en una misma presentación. A pesar de que informan sobre un mismo hecho, guardan autonomía entre ellos al difundir diferentes datos que se complementan entre sí.
- **Tipo.** Identifica los formatos multimedia para contar la historia: gráficas con o sin movimiento, video, animación, texto, fotografía o audio.
- **Actualidad.** Cuando el contenido es liberado en la red de forma:
 - **Sincrónica.** En vivo, sin retrasos. El contenido se difunde al momento de obtenerlo.
 - **Asincrónico.** Grabado. El contenido es liberado después de haber sido capturado.
- **Tiempo/espacio.** Cuando se edita o no el contenido:
 - **Tiempo real.** El contenido es mostrado en su totalidad, sin haber sido reorganizado.
 - **Editado.** El contenido ha sido procesado por quien lo desarrolla.

54 Nora Paul; Christina Fiebich, *Elements of digital story... Óp. Cit.*, p. 1-2.

Ejemplo de cibertexto aplicando las tres características

Para observar la inclusión de estas tres características en los contenidos de los cibermédios, véase el siguiente ejemplo ilustrativo⁵⁵:



MADRID. GRAN VÍA

EL PAÍS.COM

Para conmemorar el centenario de la Gran Vía, una de las arterias viales más importantes y significativas de la vida española, este diario digital publicó "Madrid. Gran Vía", un reportaje que permite recorrer el tramo de manera virtual con la aplicación de hipervínculos, así como con la presencia de audios y videos que retratan el día a día en este sitio.

FOTOGRAFÍA, VIDEO Y AUDIO EN UNA SOLA LECTURA

Hipertextualidad. El equipo de periodistas transformó el texto en un plano llave de la vía. Crónicas, relatos y entrevistas pasan a ser edificios en tercera dimensión, los cuales funcionan como hipervínculos que llevan a páginas distintas.

Multimedialidad. El plano también incluye fotogalerías, videos y audios, los cuales permiten al usuario tener un mayor acercamiento con la vida diaria de ese punto, además de que aportan mayor veracidad al texto.

Interactividad. El medio incluyó una zona de redes sociales y comentarios, para mantener la retroalimentación en tiempo real con el usuario, además de conocer sus aportaciones al reportaje, que hasta hoy continúa actualizándose.

⁵⁵ Véase: <http://www.elpais.com/especial/gran-via/plano.html> (06/10/2009, 12:05pm)

CAPITULO 2

2. EL CIBERPERIODISMO EN IBEROAMÉRICA

En este capítulo presentamos la taxonomía sobre el estado actual del periodismo digital en Iberoamérica, región sobre la cual partirá nuestra aproximación conceptual al lenguaje ciberperiodístico. La comunidad hispana de medios digitales, sus entes más representativos y el lugar que ocupan dentro del panorama mundial, serán algunos de los temas que abordaremos en las siguientes líneas para obtener una perspectiva más amplia sobre nuestra problemática de estudio.

El nacimiento de los primeros medios en el ciberespacio iberoamericano fue hace 20 años. Lo que vemos ahora es un escenario donde una gran mayoría de los diarios digitales de la región, que surgieron de una versión impresa, han alcanzado una mediana o completa autonomía.

Hay que destacar que, a la par que la brecha digital en la Latinoamérica disminuye⁵⁶, la comunidad de cibernautas latinos supera los 218 millones de usuarios, según datos hasta 2011⁵⁷. Si sumamos esta cifra a los más de 21 millones en España⁵⁸, dan como resultado un aproximado de 239 millones de personas conectadas a la red en Iberoamérica.

2.1 Los siete gigantes digitales en Iberoamérica

Durante la entrevista hecha en junio de 2009⁵⁹ a Enzo D'Amore, Gerente Corporativo de Informática de El Nacional⁶⁰, el empresario se refirió a Chile, Argentina, México y Brasil como los países de mayor crecimiento en periodismo digital y con más penetración de Internet en los últimos años.

Comprobamos esta información al realizar un estudio sobre el número de usuarios con los que cuenta cada uno de estos países así como por el lugar que ocupan sus diarios digitales entre los sitios web más leídos en su territorio⁶¹.

⁵⁶ Entendemos “brecha digital” como la desigualdad que existe en una sociedad en el acceso a todo tipo de tecnologías, principalmente Internet.

⁵⁷ Tendencias Digitales, Estudio de Usos de Internet en Latinoamérica. En: <http://www.tendenciasdigitales.com/1260/estudio-de-usos-de-internet-en-latinoamerica/> (01/08/12, 15:17pm).

⁵⁸ Mediascope Europe, *Estudio sobre el consumo de Internet en Europa 2012*. En: <http://www.iabeurope.eu/research/mediascope-europe.aspx> (01/08/12, 14:25pm).

⁵⁹ Redacción, “Los diarios de Latinoamérica deben avanzar hacia la interactividad”, en *Tendencias Digitales*, 2009, en: <http://www.tendenciasdigitales.com/221/los-diarios-de-latinoamerica-deben-avanzar-hacia-la-interactividad/>. (01/08/12, 18:25pm).

⁶⁰ Periódico argentino miembro del Grupo de Diarios de América (GDA), agrupación que une los servicios informativos de los principales diarios digitales en los países con mayor número de ciberusuarios en Latinoamérica: Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia, Venezuela y Puerto Rico.

⁶¹ Nos apoyamos en los estudios realizados por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), la

Incluimos España porque nuestro interés recae sobre toda la región iberoamericana, así como a Colombia y Venezuela, ya que sus números de ciberusuarios y de diarios digitales más leídos también se ubican entre los más importantes de la región.

En la siguiente tabla, mostramos las generalidades de los seis países con mayor desarrollo digital en la región:

*Estos diarios cuentan con versión impresa además de la digital.

LOS SEIS GIGANTES DIGITALES EN IBEROAMÉRICA			
Lugar en la región	País	Generalidades	Diarios digitales más representativos⁶²
1°	Brasil	Tuvo el mayor desarrollo digital en la región durante los últimos cuatro años y superó los 76 millones de usuarios.	El Globo.com* es el único en la lista con el lugar 7 nacional.
2°	México	Tiene más de 40 millones de usuarios ⁶³ , que se concentran sobre todo en el Estado de México y el Distrito Federal.	El Universal.mx* es el único en la lista con el lugar 12 nacional.
3°	España	Supera los 21 millones de usuarios. En la Unión Europea, ocupa el cuarto lugar dentro de los países con mayor crecimiento en esta materia.	El País.com* ocupa el lugar 9 nacional; El Mundo.com*, el 10, y Marca.com, el 13.
4°	Argentina	Cuenta con más de 13 millones de usuarios. Los principales usos de Internet en este país son la compra-venta de productos y bancos digitales.	El Clarín.ar* se ubica en el lugar 14 nacional; La Nación.ar* en el 15, y Olé.com, en el 16.
5°	Venezuela	Registra más de 11 millones de internautas a nivel nacional. Al igual que Argentina, su principal uso de Internet recae en los servicios transaccionales.	Noticias 24.com se ubica en el lugar 13 nacional; La Patilla.com en el 16, y El Universal.com* en el 19.
6°	Chile	Con 8 millones, este país es uno de los principales mercados de las redes sociales, como Facebook y Twitter.	El Mercurio.com* se ubica en el lugar 12 nacional y su micrositio Las Últimas Noticias.com, en el 11. También está La Tercera.com, en el 18.
7°	Colombia	Cuenta con 6 millones de usuarios. El uso principal que le dan a la red es para entretenimiento y multimedia.	El Tiempo.com* se ubica en el lugar 12 nacional, mientras que El Espectador.com* en el 15.

empresa de análisis de mercado Tendencias Digitales.com y en Alexa.com, compañía internacional de análisis de tráfico en Internet.

⁶² Nombramos los diarios digitales que se ubican entre los 20 sitios más visitados de cada país.

⁶³ AMIPCI, *Hábitos de los usuarios de internet en México 2012*. En: <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos> (02/08/12, 19:45).

A continuación, mostramos la posición de estos cibermedios dentro del ranking mundial de páginas web, con el fin de conocer cuáles son los más leídos dentro de la región y el mundo:

LOS CIBERMEDIOS IBEROAMERICANOS MÁS LEÍDOS EN EL MUNDO			
Número	Cibermedio	País	Posición en ranking mundial
1	EL Globo.com	Brasil	102
2	Marca.com	España	333
3	El País.com	España	371
4	El Mundo.com	España	398
5	El Universal.mx	México	844
6	El Clarín.ar	Argentina	1, 065
7	La Nación.ar	Argentina	1, 127
8	Noticias 24.com	Venezuela	1, 559
9	Olé.com	Argentina	1, 593
10	El Tiempo.com	Colombia	1, 738
11	La Patilla.com	Venezuela	2, 155
12	El Mercurio.com	Chile	2, 646
13	El Universal.com	Venezuela	2, 664
14	Las Últimas Noticias.com	Chile	2, 708
15	El Espectador.com	Colombia	2, 950
16	La Tercera.com	Chile	3, 960

Datos de Alexa.com también revelan que el buscador Google más las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube son los cuatro sitios más visitados en cada uno de estos países.

Los lectores extranjeros que más leen los diarios digitales antes mencionados provienen en su mayoría de los países latinoamericanos, encabezados por México, Argentina y España. A pesar de no compartir el idioma, lectores de Estados Unidos y Portugal también visitan estos portales de noticias.

2.2 En 2033, extinción de los periódicos mexicanos

Hay que destacar que los anteriores resultados aún no se traducen en una disminución drástica en el tiraje de las versiones impresas. La Asociación Mundial de Periódicos (AWN, en sus siglas en inglés) reportó a través de su informe “Tendencias mundiales de prensa”, publicado en 2011, que la distribución de

prensa diaria a nivel mundial llegó a 540 millones de copias, pero ha disminuido en un 3.9 por ciento en los últimos cuatro años.

Al igual que Asia, Latinoamérica mostró un avance positivo; sin embargo, Europa y América del Norte mostraron un retroceso luego de registrar caídas en sus circulaciones de hasta un 30 por ciento.

Ross Dawson, a través de la empresa australiana Future Exploration Network, llevó a cabo en 2010 la investigación “Newspaper extinction timeline”⁶⁴ para estimar el año en que los diarios impresos en el mundo serán rebasados por los cibermedios.

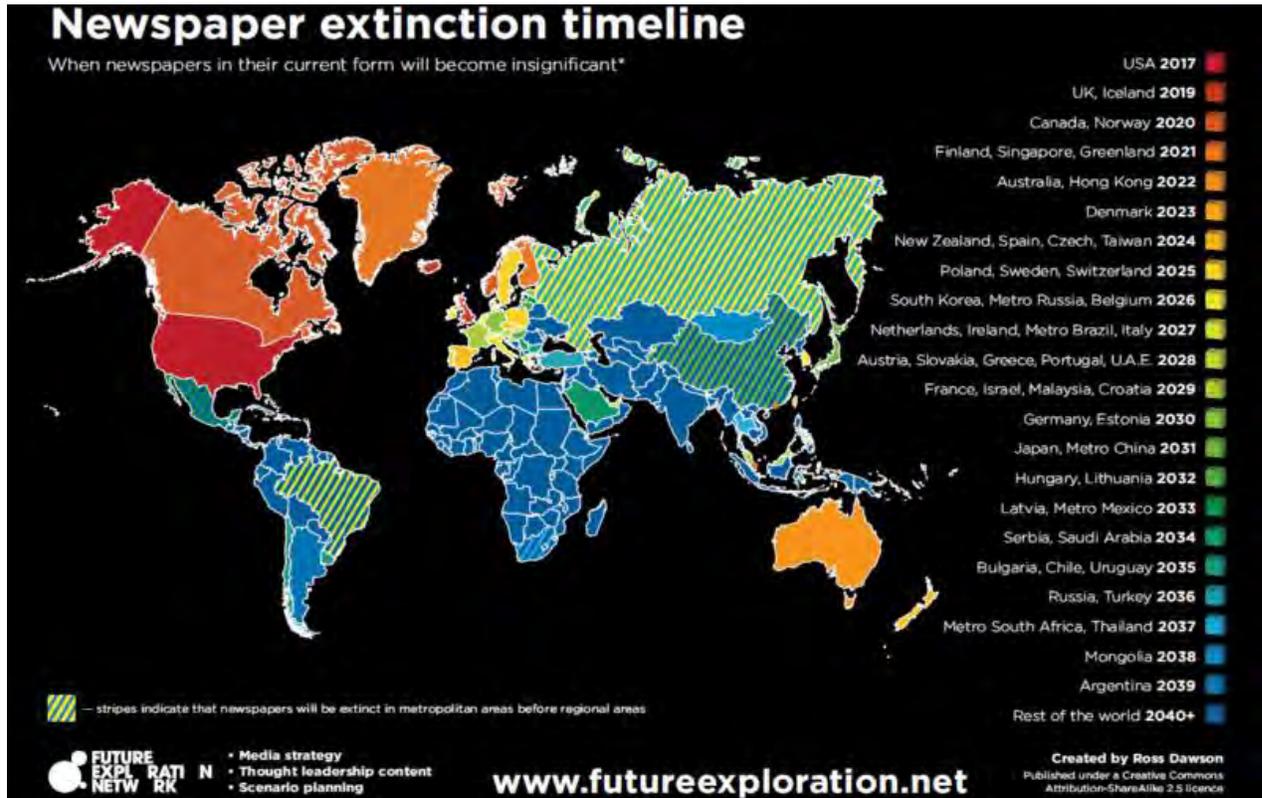
Los factores que desatarán esta crisis, prevé el investigador, son los desarrollos de las industrias cibermediáticas; incrementos en los números de internautas; cambios en las conductas de los lectores, y disminuciones en las brechas digitales de cada país.

Los medios impresos de Estados Unidos serán los primeros en el mundo en verse afectados a partir del 2017. Dentro de Iberoamérica, España será el primer país en sufrir los efectos de esta crisis en 2024. Le siguen Brasil en 2027 y México en 2033, los medios impresos que se verán más afectados serán los ubicados en sus áreas metropolitanas.

El efecto dominó continuará en Uruguay y Chile para el 2035. Cuatro años después, llegará a Argentina. El resto de los países en Latinoamérica se verán afectados después del 2040.

⁶⁴Future Exploration Network, “Newspaper extinction timeline”, en http://www.futureexploration.net/Newspaper_Extinction_Timeline.pdf (15/10/10, 13:16pm).

Línea de tiempo sobre la extinción de los medios impresos por país



2.3 Situación de los ciberperiodistas en Latinoamérica

Los ciberperiodistas en la región surgen bajo un nuevo perfil, distinto al de los medios tradicionales, que se adapta mejor a las particularidades de este medio de trabajo y que les permite moverse con rapidez entre la información a cubrir.

Morales señala⁶⁵ que los periodistas digitales deben poder adaptarse a la actualidad que sumerge a su propio medio; tienen que contar con poder de decisión contrarreloj, experiencia en trabajo en grupo y habilidades en gestión y gerencia de funciones periodísticas.

El autor apunta las siguientes características como básicas en el perfil de los nuevos periodistas:

- Capacidad de adaptabilidad.
- Un pensamiento dispuesto a renovarse (especialmente capacidad de reacción).
- Orden en medio del mar de información.

⁶⁵Mario Morales, *óp. cit.*, p.94.

- Habilidades y destrezas en las técnicas y en la redacción y producción de contenidos informativos que tengan relación con esas tecnicidades.
- Capacidad de comportarse en escenarios laborales en los que se mezclan la interdependencia y la independencia para analizar (pero también para generar flujos de información con características convergentes).
- Interacción de la opinión.
- Interpretación y destrezas para relacionar el hecho con eventos similares que involucren la misma matemática (incluso con fenómenos disímiles que guarden algún grado de compatibilidad con los que se está trabajando, pero también otro tipo de tematizaciones).
- Autoestima y humildad para asimilar sugerencias y hasta correcciones en la retroalimentación con los usuarios.
- Afinidad con herramientas tecnológicas, bases de datos, archivos informativos, buscadores e interfaces de toda índole.

En este contexto, un estudio reciente⁶⁶ de El Tiempo.com, el Grupo de Diarios de América y la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, denominado “Situación del periodismo digital y de los sitios Web de periódico de América Latina” y que trata el estado de las redacciones de los principales diarios digitales en 18 países de la región, reveló que en el 71% de los sitios web el promedio de edad de sus periodistas es de entre 20 y 30 años; en un estudio anterior realizado en 2004, este porcentaje era del 87%.

Dentro de los medios que utilizan formatos multimedia, el 45% los trabaja con un equipo diferente a sus periodistas. En el 55%, ningún periodista del sitio web tiene formación en periodismo digital.

El 42% de estos portales de noticias funciona con tres periodistas o menos mientras que un 24 % con cuatro y hasta ocho reporteros.

La mayor necesidad en términos de capacitación es la creación de productos multimedia, según el 26% de los responsables de los sitios. Le siguen como escribir para Internet (22%) y gestión de comunidades online (11%), lo que deja ver que valoran más la interactividad con el lector y la actualización minuto a minuto que la producción de contenidos multimedia o la autonomía frente al impreso.

⁶⁶Hecho por vez primera en 2004, el estudio tuvo una segunda versión en 2007 a través de una encuesta aplicada vía telefónica en los siguientes diarios digitales: Clarín y La Nación (Argentina); JornadaNet, El Deber y La Razón (Bolivia); RBS y Globo (Brasil); La Tercera y El Mercurio (Chile); El Tiempo, El País, El Colombiano y El Espectador (Colombia); La Nación y Diario Extra (Costa Rica); Hoy y El Comercio (Ecuador); Diario de Hoy y La Prensa Gráfica (El Salvador); El Periódico, Siglo XXI y Prensa Libre (Guatemala); El Heraldo, La Tribuna, La Prensa y Tiempo (Honduras); El Universal (México); La Prensa y El Nuevo Diario (Nicaragua); La Prensa, Panamá América y Estrella Panamá (Panamá); El Comercio (Perú); El Nuevo Día y Primera Hora (Puerto Rico); El Caribe, El Nacional, Hoy y Listín Diario (República Dominicana); El País y El Observador (Uruguay), así como El Nacional y El Universal (Venezuela). <http://tinyurl.com/8pf8bt9> (27/08/2012, 16:32pm)

El 52% de estos sitios utiliza sistemáticamente animaciones digitales, el 39% audio y el 24% video. El 33% restante no utiliza ninguno de estos formatos multimedia.

El 74% de los medios planea integrar sus redacciones online e impresa en el corto, mediano o largo plazo, aunque en un 4% ya están integradas.

Estos datos nos advierten sobre la proyección y alcance que están adquiriendo los medios digitales en Hispanoamérica, los cuales resultan ser cada día más relevantes en países como México, Brasil o España.

Basta decir que estos países tienen algunos de los medios digitales más leídos en el mundo, como El Universal.mx, El País.com o El Globo.com, los cuales se ubican entre los mil sitios que más visitas registran diariamente alrededor del orbe.

Si bien el ciberperiodismo en la región se encuentra en etapas iniciales, las empresas periodísticas tradicionales han comenzado a considerar a Internet como una plataforma rentable para publicar sus contenidos en formatos que abandonan la comunicación unidireccional y se basan en el uso de herramientas multimedia.

A partir de este punto, nos dimos a la tarea en los siguientes capítulos de reconocer y analizar las particularidades de la producción de estos ciberdiarios. Partimos de que el surgimiento y evolución de estos medios promueve la aparición de nuevas modalidades en las que la información periodística puede ser tratada y difundida a través del ciberespacio.

Uno de nuestros intereses centrales es el de observar si pese a los altos niveles que registran de visitas diarias, estos medios ofrecen reproducciones fieles a las de sus versiones escritas o han adaptado sus contenidos a las características que provee la red vista como canal de información.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

En esta parte de la investigación nos hemos preguntado acerca de las estructuras que toman los géneros periodísticos en los cibermedios al momento de construir las informaciones, y hasta qué punto se ha ido avanzando en el tiempo en que el periodismo está presente en Internet, desde hace ya más de una década.

Fue así que consideramos la necesidad de proponer una metodología de observación a partir de los planteamientos ya existentes dentro de los paradigmas teóricos y prácticos que se han desarrollado en miras al análisis de esta disciplina.

Partimos de un escenario descrito que supone para la prensa hispanoamericana al mismo tiempo un riesgo y una oportunidad:

- a) El riesgo de no incorporarse a la dinámica actual de la prensa digital internacional puede llevarla a un profundo rezago frente a la competencia por el tiempo en esta nueva economía de la atención que ha desarrollado Internet.
- b) La oportunidad implica adaptar sus procesos de trabajo, lenguajes y plataformas tecnológicas a este nuevo medio digital que permite incluir mayor cantidad de análisis en los contenidos publicados además de insertar al público en las etapas de producción de las noticias. Crear las condiciones necesarias para transformar sus audiencias de pasivas a activas.

Y es que en un mundo de sobreabundancia de información como lo es el medio digital, la clave de este nuevo escenario es quizá comprender que el monopolio del periodismo ya no será de los periodistas, los profesionales deberán entender que el oficio será cada vez más una construcción compartida con la audiencia.

3.1 Nociones clave

Este trabajo propone postular, en primer lugar, una serie de características basadas en las nuevas estructuras narrativas de los géneros periodísticos en los diarios El Universal.mx y El País.com; en segundo lugar, las virtualidades del hipertexto en el trabajo periodístico; en tercer lugar, las potencialidades multimediales, y, en cuarto lugar, el rol que juega la interactividad en el tratamiento de la información.

Antes de proponer la metodología para la determinación de estas características, nos interesa mencionar las nociones clave de las cuales partimos para crear los postulados básicos de análisis: géneros periodísticos y análisis de contenido.

a) GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Nuestro objetivo es llevar a cabo el análisis y actualización de la definición de los géneros en el ciberperiodismo, con el fin de entender sus condiciones actuales y ofrecer una panorámica del fenómeno que ayude a comprender los nuevos formatos periodísticos en un medio en evolución.

Frente a un nuevo medio o relativamente nuevo, como lo es el ciberespacio, se presentan diversos problemas para conocer sus características y funcionalidades. Uno de ellos es el agotamiento del paradigma categorial clásico de los géneros periodísticos. Y es que hasta hoy, resulta un desafío para los periodistas el uso de las tipologías clásicas para difundir la información a través de los medios digitales.

- *Esquema diseñado para la prensa escrita*

Las nuevas clasificaciones genéricas llegan al campo digital trasplantadas desde el esquema diseñado para el periodismo impreso. Debido a ello, y centrados en nuestro objetivo, mencionaremos las definiciones así como las consideraciones generales de las cuales partimos para actualizar estos géneros periodísticos en su ramal informativo e interpretativo⁶⁷.

El estudio se enfocará en estos tipos de géneros ya que permiten apreciar el tratamiento directo que hacen de la información los periodistas, en contraste con los géneros de opinión que hemos observado aparecen tal cual como en la versión impresa.

Acudiendo a las características de los géneros en su forma clásica, tomamos una referencia global en nuestro periodismo como lo son los teóricos españoles, entre los que destaca José Luis Martínez Albertos, quien define a estas fórmulas genéricas como “aquellas modalidades de la creación literaria relacionadas con la información de actualidad y destinadas a ser difundidas a través de la prensa escrita”⁶⁸. Y parte de su función histórico-social para precisar la utilidad sobre la que pueden operar los criterios de clasificación de estos géneros:

Los géneros periodísticos deben ser para nosotros principios de conocimiento del mensaje informativo, en su dimensión de texto literario, teniendo en cuenta que este mensaje es de alguna manera la expresión de las posibilidades humanas para lograr un cierto grado de comunicación de hechos y de ideas mediante un no desdeñable nivel de creación estética en el uso de la palabra.⁶⁹

Como resultado de estas conceptualizaciones, el autor español señala tres géneros periodísticos en su variante informativa: reportaje (dentro de esta

67 J. L. Martínez Albertos, *Redacción Periodística*, p. 70.

68 *Ibidem*.

69 *Ibid.*, p. 73.

modalidad, incluye a la entrevista), crónica e información o nota informativa.

A continuación, ofrecemos un cuadro comparativo en el que se recogen las notas diferenciales de estas clasificaciones genéricas en función de tres referencias conceptuales, expuestas por Martínez Albertos apoyado en las teorías difundidas por Bartolomé Mostaza:

- a) Su mayor o menor vinculación a la noticia (o hecho que se pretende comunicar);
- b) Su referencia temporal (género ocasional o desarrollado con regularidad);
- c) Su estilo literario, y
- d) A qué profesional está encomendada su realización⁷⁰.

Esquema de los géneros periodísticos en la prensa escrita (Estilo Informativo)	
Género periodístico	Características diferenciales ⁷¹
Información o Nota informativa	<ul style="list-style-type: none"> a) Se trata de la noticia en sus elementos básicos (¿Qué?, ¿quién?, ¿cuándo? y ¿dónde?), acompañada de sus circunstancias explicativas (¿Por qué?). b) Es ocasional, no se repite, no tiene continuidad normalmente. c) Su estilo literario es sobrio. No hay sitio para el yo del periodista. d) Es un género escrito por un reportero o reelaborado por un redactor.
Reportaje (Dentro de esta modalidad, Martínez Albertos incluye a la entrevista)	<ul style="list-style-type: none"> a) Es la explicación de hechos actuales que pueden ser o no una noticia. Profundiza sobre el ser de los hechos y sus circunstancias explicativas. b) No tiene continuidad en el periódico. Un serial es, en realidad, un reportaje único publicado durante varios días. c) A diferencia de la nota, su estilo literario es narrativo y creador. d) Es un género escrito por un reportero.
Crónica	<ul style="list-style-type: none"> a) Narración directa e inmediata de una noticia. Refleja elementos valorativos, siempre secundarios respecto a la narración del hecho. b) Supone cierta continuidad y regularidad debido a la persona que escribe, el tema tratado y el ambiente. c) Estilo literario directo y llano, que plasma la personalidad del periodista. d) Este género puede ser escrito por un reportero ya sea en la redacción o de modo transitorio: en otro punto de la ciudad o del país.

⁷⁰ *Ibíd.*, p. 76.

⁷¹ *Ibíd.*, pp. 76-77.

Si bien, con la llegada de los medios audiovisuales, estos formatos periodísticos sufrieron modificaciones en su estructura, Ainara Larrondo explica en su libro *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual* que la llegada de Internet no sólo exige modificaciones, sino una reestructuración de todo el sistema de géneros hasta hoy conocidos.

La irrupción de la Red y la obligada readaptación de los medios de comunicación tradicionales a este nuevo entorno está exigiéndonos un esfuerzo mayor tanto a profesionales como a teóricos de la materia por actualizar el sistema o construir uno nuevo, de acuerdo con las necesidades de Hispanoamérica.⁷²

Otros académicos como Díaz Noci, Salaverría o López Hidalgo también se muestran entusiastas con el desarrollo de nuevos análisis que busquen determinar cuáles son las características definitorias de los géneros periodísticos al ser aplicados en los cibertextos periodísticos.

Estos resultan indispensables, explica Noci, “si se quiere hacer cualquier tipo de teorización sobre los géneros ciberperiodísticos que han comenzado a forjarse, algunos de los cuales son muy diferentes de los que ya conocemos en la prensa escrita o los medios audiovisuales. Entre otras cosas, porque muchas de esas características son imposibles de conseguir en los medios que hasta ahora conocíamos”⁷³.

Debido a esta urgencia de determinar nuevas estructuras, tanto él como Salaverría llevan a cabo una **propuesta provisional**⁷⁴ sobre los géneros del ciberperiodismo y que es incluida en el *Manual de Redacción Ciberperiodística* así como en el *Ciberperiodismo: Métodos de Investigación*.

Géneros del ciberperiodismo (Díaz Noci y Salaverría, 2003)	
<i>Géneros informativos</i>	- Noticia
<i>Géneros interpretativos</i>	- Reportaje (reportaje de actualidad, especial temático, dossier documental) - Crónica
<i>Géneros dialógicos</i>	- Entrevista - Foro o Debate
	- Chat (Entrevista en línea, interacción con personalidades, interacción entre usuarios) - Encuesta
<i>Géneros de opinión</i>	- Tradicionales: editorial, comentario, crítica, cartas al director, artículo, columna, viñetas, etc. - Debates en Red: foros, chat.
<i>Infografía digital</i>	- Infografías individuales y colectivas

72 Ainara Larrondo, *Los géneros en la redacción periodística. Contexto, tesoria y práctica actual*, p. 25.

73 Javier Díaz Noci, *Los Géneros Ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*, p. 3.

74 Javier Díaz Noci y Marcos Palacios, *Ciberperiodismo: Métodos de Investigación*, p. 24.

b) ANÁLISIS DE CONTENIDO

Para el presente estudio escogimos el análisis de contenido como técnica de investigación porque es la forma más idónea en la selección, discriminación y estudio del mensaje periodísticos con la intención de recuperar y describir las características de los géneros en los que están insertos, a partir de su uso en la red.

Este tipo de examen permite reconocer las características formales y textuales o elementos inherentes al cibermedio y resulta válido para efectuar una primera aproximación al estado de la cuestión de las especies.⁷⁵

Con un análisis de este tipo podemos determinar a través de la presencia, ausencia o irrelevancia de un aspecto dentro del cibertexto la actualización o definición de un género y conocer las propiedades del nuevo medio.

- *La categorización*

Elegimos utilizar esta técnica por su función para examinar y clasificar los textos por categorías. Este proceso es denominado por los teóricos como “categorización” y consiste en una “descomposición del texto en unidades, seguidas de clasificación de estas unidades en categorías”⁷⁶ que “reúnen un grupo de unidades de registro bajo un título genérico”⁷⁷.

Clasificar elementos en categorías impone buscar lo que cada uno de ellos tiene de común con los otros. Lo que permite su agrupamiento es la parte que tienen de común entre sí.⁷⁸

En su texto *El análisis de contenido*, Laurence Bardin explica que la categorización tiene como principal objetivo suministrar por condensación una representación simplificada de datos brutos. Este proceso se estructura en dos etapas⁷⁹:

1. **El inventario.** Aislar los elementos que interesan al estudio.
2. **La clasificación.** Distribuir los elementos, para, posteriormente, buscar o imponer a los mensajes una cierta organización.

En el caso de la prensa, que es nuestro objeto de estudio, Bardin señala que la categorización opera a través de la comparación de textos sometidos a un mismo conjunto de categorías y permite interpretar los resultados obtenidos como normas de referencia⁸⁰.

75 Javier Díaz Noci y Marcos Palacios, *Ciberperiodismo... óp. cit.*, p. 24.

76 Laurence Bardin, *El análisis de contenido*, p. 119.

77 *Ibíd.*, p. 90.

78 *Ibíd.*

79 *Ibíd.*

80 *Ibíd.*, p. 97.

3.2 Propuesta de análisis

Diseñamos este método de observación analítico-descriptivo centrado en las particularidades de los medios digitales, característica que razona y justifica, por tanto, su operatividad.

El modelo vincula la realización y seguimiento de cuatro etapas, basadas en un comparativismo impreso-digital de las similitudes de los cibertextos con el modelo tradicional de la prensa escrita.

Nos apoyaremos en el método de observación propuesto por Díaz Noci⁸¹ en combinación con nuestra metodología propuesta. Tomamos en cuenta tres de las características básicas en la configuración de los textos en red: hipertextualidad (el formato textual y su extensión), multimedialidad (la riqueza de elementos, es decir, texto, audio e imagen) e interactividad (el número y tipo de interlocutores).

A estos parámetros sumamos “el estilo”, visto como el modo en el que se construyen los textos con diversos recursos lingüísticos y, en este caso, multimedia.

Con este análisis de contenido buscamos conocer la funcionalidad de estas características en los cibertextos y, de esta forma, establecer las estructuras que han adoptado los géneros periodísticos en el ciberperiodismo.

3.2.1 Metodología

➤ HIPERTEXTUALIDAD

1. **Composición.** En esta categoría analizaremos el nivel de uso de los enlaces.

Estableceremos tipologías de enlaces y nodos:

Destino (nodos).

Propósito.

Modo de exploración.

La función documental y narrativa que cumplen los enlaces.

2. **Estructura hipertextual.**

81 Javier Díaz Noci, *Los Géneros Ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*, p. 29.

Clasificaremos los enlaces por tipo de estructura (cómo estratifican la información):

Enlaces de tipo axial.

Enlaces de tipo reticular.⁸²

➤ MULTIMEDIALIDAD

1. **Elementos empleados.** Estableceremos índices de multimedialidad.

- Indicaremos el número y tipo de recursos utilizados en el cibertexto.
- Identificaremos si son sincrónicos o asincrónicos.
- Evaluaremos si consiguen *la orquestación multimedia* (en armonía con el texto y sin repetir información).

➤ INTERACTIVIDAD

1. **Tipo de interactividad.**

- Identificaremos que tipo de interactividad se trabaja en el texto:
 - Interactividad inclusiva o periodismo de código abierto.
 - Interactividad autorial.
- Clasificaremos los elementos interactivos por sus estructuras resultantes: aleatorias, fijas, relacionales o contributivas.

2. **Grado de dialogismo.**

- a. Evaluaremos el grado de dialogismo:
 - 1. Dialogismo simétrico (uno a uno o muchos a muchos).
 - 2. Dialogismo asimétrico (uno a muchos o muchos a muchos).
- b. Identificaremos si hay intervención del medio en las herramientas interactivas.
 - 1. Presencia de un moderador.

⁸² Véase en Capítulo I de esta tesis: “Nociones para entender el ciberperiodismo”.

2. Ausencia de un moderador.
- c. Analizaremos la temporalidad bajo la que se lleva a cabo esta interactividad:
 1. Sincrónica (en tiempo real).
 2. Asincrónica.
3. **Técnica.**
 1. Dialógica (e-mail, foros, chats, SMS).
 2. Personalizada (búsqueda en base de datos o configuración de la interface).

➤ ESTILO

1. **Modelos de titulación**

Clasificaremos los titulares de la siguiente forma:

- Por género periodístico.
- Por estructuras gramaticales más usadas:
 - Uso de signos de puntuación.
 - Manejo de tiempos verbales.

2. **Géneros Periodísticos**

Incorporaremos al estudio una medición de los cibertextos informativos e interpretativos de acuerdo con dos parámetros:

- Longitud de textos en el ambiente online
 - Número de párrafos.
 - Número de frases dentro del párrafo.
- Información destacada en los párrafos
 - Tipografía.
 - Intertítulos.

- Enumeraciones.
- Negritas y cursivas.

3.2.2. Estrategias metodológicas específicas

Con el fin de estudiar la presencia y el comportamiento de los géneros periodísticos tanto en El Universal.mx como en El País.com, aplicamos estrategias metodológicas específicas que se basan en una técnica de observación directa no participante, descriptiva y exploratoria en campo (virtual).

En un horario aleatorio durante la semana del 12 al 18 de septiembre de 2010, los contenidos publicados en las portadas virtuales de ambos cibermedios constituyeron la unidad de análisis, por tanto fueron los sujetos de observación. Contabilizamos un promedio de 150 cibertextos⁸³ por cada periódico digital.

- *Procedimiento de análisis*

Antes de realizar el análisis del total de unidades, precedimos con la elaboración de una prueba piloto para conocer la efectividad de los instrumentos. La experiencia permitió definir con mayor claridad las categorías empleadas en el análisis.

Del análisis cuantitativo de los contenidos obtuvimos los índices de frecuencia en general y por géneros periodísticos; con el cualitativo, tipos de recursos y técnicas; grados de dialogismo; evaluaciones orquestales; manejo de recursos gramaticales, y otras medidas como la intervención del medio.

Los resultados fueron recopilados a través de fichas y tablas de registro que contienen unidades alusivas a la agenda temática; clasificación de géneros periodísticos; soporte de la información; recursos visuales; comunicación por doble vía; presencia de enlaces hipertextuales, y manejo de elementos gramaticales en las ediciones publicadas.

En conjunto, entrevistamos a editores de ambos cibermedios para conocer de primera mano la información referente al tratamiento de los contenidos. Buscamos conocer datos sobre el desarrollo de esta actividad; ejemplos notables; barreras que impiden su consolidación y algunas predicciones para el futuro.

Posteriormente, procedimos a la elaboración del informe final.

83 La elección de los cibertextos fue sometida a los siguientes requisitos y criterios, de acuerdo con el objetivo base del presente estudio: ser un documento informativo y no opinativo; que desarrolle la información con texto y no sólo a través de recursos multimedia, y que sea un contenido producido para la versión digital.

3.3.3. Generalidades de nuestra propuesta metodológica

METODOLOGÍA PARA ANÁLISIS DE CIBERTEXTOS	
<p>Con este análisis de contenido buscamos conocer la funcionalidad de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad en los ciber textos y, de esta forma, establecer las estructuras que han adoptado los géneros periodísticos en el ciberperiodismo.</p>	
<i>Característica</i>	<i>Categorías</i>
Hipertextualidad	<p>4. Composición. Nivel de uso de enlaces.</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Identificar y clasificar los enlaces y nodos. Establecer tipologías. <ul style="list-style-type: none"> ci. Considerar su destino (nodos), propósito y modo de exploración. cii. Función documental y narrativa que cumplen los enlaces. ciii. Características particulares. <p>5. Estructura hipertextual.</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Identificar y clasificar por tipo de estructura (axiales o reticulares).
Multimedialidad	<p>5. Establecer índices de multimedialidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Número de recursos utilizados en el ciber texto. ➤ Tipo de recursos. ➤ Identificar si son sincrónicos o asincrónicos. ➤ Evaluar si consiguen <i>la orquestación multimedia</i> (en armonía con el texto y sin repetir información).
Interactividad	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de interactividad. <ul style="list-style-type: none"> 1. Identificar si es <i>inclusiva</i> (periodismo de código abierto) o <i>autorial</i>. <ul style="list-style-type: none"> 1. Clasificar por estructuras resultantes: aleatorias, fijas, relacionales o contributivas. • Grado de dialogismo. <ul style="list-style-type: none"> 1. Identificar si es <i>simétrico</i> (uno a uno o muchos a muchos) o <i>asimétrico</i> (uno a muchos o muchos a muchos). • Temporalidad de la comunicación interactiva. <ul style="list-style-type: none"> 1. Identificar si es <i>sincrónica</i> (en tiempo real) o <i>asincrónica</i>. • Técnica. <ul style="list-style-type: none"> ◦ Identificar si es <i>dialógica</i> (e-mail, foros, chats, SMS) o <i>personalizada</i> (búsqueda en base de datos o configuración de la interface). • Intervención del medio. <ul style="list-style-type: none"> ◦ Identificar si hay o no un moderador.
Estilo	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos de titulación. <ul style="list-style-type: none"> ◦ Primero, clasificar por género y tipo de titular, y, segundo, por frases, oraciones u oraciones compuestas. • Uso que se le da a los signos de puntuación. • Manejo de tiempos verbales. • Longitud de frases y párrafos. • Elementos que ayudan a romper la uniformidad (tipografía, intertítulos, enumeraciones, utilización de color, negrita y cursiva).

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS A LOS CIBERMEDIOS: EL UNIVERSAL.MX Y EL PAÍS.COM

En esta sección describiremos los principales hallazgos del análisis de contenido aplicado a El Universal.mx y a El País.com, con el fin de conocer si han existido cambios en las tendencias de producción informativa.

Reportaremos primero las descripciones⁸⁴ de las portadas y, en particular, de los contenidos que trabajamos para ofrecer un reconocimiento de estas unidades de observación. A continuación, la composición, estructura y comportamiento de la hipertextualidad, y, posteriormente, daremos cuenta de los recursos multimediales presentes en los cibertextos, en términos de una orquestación multimedial. Finalmente, los tipos, los grados y las técnicas de la interactividad.

La elección de El País.com y El Universal.mx como objetos de estudio se justifica por su creciente importancia no sólo en su país de origen, sino en Hispanoamérica. Sus coberturas mediáticas así como la utilización de los recursos multimedia los han convertido en punto de referencia para los estudiosos de la prensa digital.

Merece la pena destacar que ambos medios fueron de los primeros periódicos digitales en la región. Creados en 1996 y 2001, respectivamente, estos sitios de noticias se ubican entre las páginas en español con mayor número de usuarios en el mundo⁸⁵.

Descripción de la portada virtual de El Universal.mx

Para nuestro estudio, analizamos 179 contenidos que fueron publicados en las portadas virtuales de este medio en un horario aleatorio durante la semana del 12 al 18 de septiembre de 2010.

En la portada de este cibermedio, también conocida como “home”, ubicamos tres menús horizontales que muestran las diferentes secciones que componen el diario como “El Aviso Oportuno”, además de las distintas secciones que componen al diario.

Es importante destacar “Minuto por minuto”, sección en la que se muestran las últimas noticias del día; “El Universal TV”, que difunde los más recientes productos audiovisuales; “Edición Impresa”, que permite el acceso a la portada impresa del día, y “Opinión” o “Comunidad”, que registran las últimas actualizaciones de

84 Las secciones enlistadas se presentan tal y como aparecieron durante la semana de análisis que fue del 12 al 18 de septiembre de 2010, tomando en cuenta que pudieron haber cambiado de nombre en los meses posteriores.

85 Véase Capítulo II de esta tesis: “Ciberperiodismo en Iberoamérica”.

columnas de opinión virtuales o blogs. Esta última sección también facilita el acceso a los foros, las encuestas o chats en línea con funcionarios públicos o personalidades relevantes en la agenda pública.

Dentro de estos menús también resalta la agrupación de secciones como “Nación”, “Metrópoli”, “Estados”, “El Mundo”, “Cartera”, “Sociedad” y “Deportes”, entre otras que registran las noticias existentes por cada una de las fuentes.

Debajo de estos menús, localizamos el carrusel donde se publican noticias de impacto que han tenido presencia y a las que se le ha dado continuidad a lo largo del día⁸⁶.

Lo siguiente es la portada dividida a tres columnas verticales en las que se muestran los titulares, sumarios y otros elementos que garantizan la comprensión de la noticia.

En la primera columna observamos las noticias más importantes por sección, seguidas de notas relacionadas que se han trabajado durante el día, además de recursos multimedia como fotogalerías que facilitan la comprensión del hecho.

A las notas les siguen la sección de “Opinión” que registra las últimas actualizaciones de columnas, editoriales, blogs, cartones y chats; la portada digitalizada de la edición impresa; la sección de foros, además de fotogalerías y otras notas de color importantes.

La segunda columna se compone por fotos y videos destacados; la sección de “Minuto por Minuto”, que despliega las últimas noticias publicadas; la sección de “Las Más” con las publicaciones con mayor número de lecturas, envíos o comentarios, además de los espacios dedicados a “El Universal TV” y los destacados “Ciudad Deportiva”, “Bicentenario”⁸⁷, “Metrópoli”, “Espectáculos” y “Reportero Ciudadano”. En la tercera columna encontramos publicidad, especiales y notas destacadas sobre temas deportivos, culturales o sociales.

En la opción de “Búsqueda” podemos acceder a las noticias publicadas en la edición digital desde el 1 de octubre de 1999. Sólo debemos especificar una palabra o una temática de búsqueda y la fecha que nos interese.

- Descripción de los contenidos

Los cibertextos publicados en este medio manejan una misma plantilla de tres columnas que puede ir o no acompañada de recursos multimedia.

En la parte superior observamos separadores que indican la sección en la que se

86 Inferior a este carrusel, desde enero de 2012 apareció un promocional de contenidos restringidos llamado “El Universal Más”, que da cuenta de tres notas de relevancia a las que sólo pueden acceder suscriptores al cibermedio.

87 Esta sección apareció desde enero hasta octubre de 2010.

encuentra ubicada la nota, además de la cabeza que puede abarcar dos líneas y un sumario de una hasta tres líneas.

A continuación, encontramos la firma del reportero; botones para compartir la información en redes sociales como Twitter y Facebook; fotografía, video o audio, y mecanismos para enviar el texto por correo electrónico, imprimirlo o ampliar y reducir el tamaño de la letra.

Le siguen el cuerpo de la nota; tres o cuatro titulares con información relacionada; botones para compartir la nota en más redes sociales, y los comentarios publicados por los lectores.

Descripción de la portada virtual de El País.com

Para nuestro estudio, analizamos 141 contenidos que fueron publicados en las portadas virtuales de este medio en un horario aleatorio durante la semana del 12 al 18 de septiembre de 2010.

En 2010, el home de El País.com lucía cuatro menús horizontales que conducían a las diferentes versiones del sitio, “España” o “Global”, así como a las distintas secciones de noticias. Las organizaban por “Internacional”, “España”, “Deportes”, “Economía”, “Tecnología”, “Cultura”, “Gente y TV”, “Sociedad”, además de “Opinión”, “Blogs” y “Participa”.

También contaba con un menú que presentaba los contenidos del diario clasificados por regiones del mundo: América Latina, Estados Unidos, Europa, Oriente Próximo y Corresponsales.

Desde este mismo apartado era posible acceder a otras categorías como “Videos”, “Fotos”, “Archivo”, “Servicios”, “Clasificados” y “Edición Impresa”⁸⁸.

Lo siguiente es la portada dividida a tres columnas verticales en las que se muestran los titulares, sumarios y otros elementos que garantizan la comprensión de la noticia.

La primera columna despliega las últimas noticias de la agenda tanto nacional como internacional, en ella caben todo tipo de temáticas, desde economía, seguridad o cultura. Un cintillo divide los contenidos por temas.

⁸⁸ Para 2012, estas columnas horizontales fueron rediseñadas, dando paso a una primera donde es posible ubicar la fecha y hora de la última actualización, y el buscador de noticias que rastrea textos publicados ya sea en la versión digital o impresa desde 1975; otra más dividida en secciones “Internacional”, “Política”, “Economía”, “Cultura”, “Sociedad” y “Deportes”.

Destaca la tercera columna denominada “Está Pasando”, que muestra las temáticas más relevantes al momento a nivel local y global.

Aquí las noticias más importantes son seguidas por notas relacionadas que se han trabajado durante el día, además de recursos multimedia como fotogalerías que facilitan la comprensión del hecho.

Estas mismas características se aplican para la segunda columna que sólo muestra noticias relacionadas con hechos deportivos, culturales, de moda y espectáculos, principalmente españoles, aunque también los hay de índole global. Aquí también encontramos “Última hora” que muestra las noticias minuto por minuto, además de los contenidos “Más leídos, enviados o recientes” y notas recomendadas.

En la tercera columna encontramos los destacados de “Opinión”, botones de las diferentes redes sociales donde el sitio se encuentra registrado.

Debajo de las tres columnas hallamos contenidos de distintas secciones que son resaltados mediante titulares en mayúsculas o en “negritas”. Encontramos también fotogalerías o videos. También se despliegan los artículos más recientes de las secciones de “Opinión” y “S-Moda”.

- Descripción de los contenidos

Los cibertextos publicados en este medio manejan una misma plantilla de dos columnas horizontales en la parte superior, tres verticales y dos más horizontales en la parte inferior. Pueden ir o no acompañados de recursos multimedia.

En la primera columna horizontal ubicamos la cabeza del texto, el sumario, la ciudad desde donde se origina el texto, la fecha y la firma del reportero; ésta última fue trasladada en enero de 2012 a un costado del texto, junto con botones a las redes sociales donde está registrado el reportero.

Las aplicaciones dirigidas a la interactividad con el lector encuentran su lugar a un costado de los textos: se muestran botones para valorar el hecho; emitir comentarios; imprimir el texto, y enviarlo vía correo electrónico o distribuirlo en alguna red social.

Le siguen un grupo de tres o cuatro informaciones relacionadas en la primera columna vertical; el cuerpo de la nota, y en la última columna las noticias de “Última Hora” relacionadas con el hecho del que se habla en el texto.

En las últimas dos columnas horizontales encontramos nuevamente botones a las redes sociales del sitio. Aquí aparecen, desde 2012, ligas a notas sobre el mismo tema publicadas en otros medios.

4.1 HIPERTEXTUALIDAD

La hipertextualidad es quizá la más importante de las técnicas de construcción discursiva en este nuevo medio, que permite dotar de nuevas estructuras a los textos y desarrollar, incluso, nuevos géneros periodísticos o hipertextuales.

Antonio Hidalgo explica⁸⁹ que la importancia de esta característica digital recae en la posibilidad de ofrecer a los periodistas enlazar sus textos con otros que les sean complementarios. Hay que puntualizar que esta función le permite a los cibermedios emular al *pensamiento humano*, ya que éste opera por asociaciones cuando relaciona un dato en específico con otro del pasado o con ciertos supuestos⁹⁰.

Nora Paul y Christina Fiebich también llaman a este sistema de interconexiones “contexto” que, de acuerdo con las teóricas estadounidenses, en la narrativa digital permite traer al presente información relevante que ofrezca un mayor entendimiento al lector⁹¹.

Basta decir que las características hipertextuales dotan de una superestructura coherente al texto que, según Díaz Noci y Palacios, “armada mediante nodos de contenido y enlaces, consigue garantizar el cumplimiento de las funciones básicas tradicionales”⁹² de los géneros periodísticos, su sentido y eficacia comunicativa.

a) *Estado general de la hipertextualidad en los objetos de análisis*

El País.com

Durante el análisis de El País.com, observamos que se trata de un cibermedio que saca más provecho a la hipertextualidad con el fin de visualizar en su globalidad las posibilidades navegacionales y el tipo de múltiples relaciones de contenido que pueden llegar a existir entre nodos. Esta herramienta convierte a los ciber textos en mapas y a los lectores en navegantes; en algunos casos, las notas alcanzan altos niveles de profundidad. Nos resulta fácil imaginar que en el caso de estos periodistas es natural escribir enlazando.

89 Antonio López Hidalgo, “Los géneros periodísticos en la red: una clasificación posible para un medio en evolución”, en Estudios de Periodismo, de la Universidad de Concepción, Chile, 2010, p. 2. En: http://www.periodismoudec.cl/estudiosdeperiodismo/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=45. (01/08/12, 13:28pm).

90 Véase: Antonio López Hidalgo, *op. cit.*, p. 2 y Marina Vianello Osti. *El hipertexto entre la utopía y la aplicación: identidad, problemática y tendencias de la Web*. Gijón: Trea, 2004, p. 327.

91 Nora Paul; Christina Fiebich. *Elements of digital storybuilding*. Minneapolis: University of Minnesota, 2002, p. 6. En: www.inms.umn.edu/elements. (02/07/12, 14:25pm).

92 Javier Díaz Noci y Marcos Palacios, *Ciberperiodismo: Métodos de Investigación*, p. 28.

Así lo demuestran los resultados de la investigación porque en más del 62 por ciento de los contenidos analizados dentro del cibermedio español, registramos la presencia de enlaces y nodos. En la siguiente gráfica podemos observar que menos del 37 por ciento de los cibertextos no presentó hipervínculos.

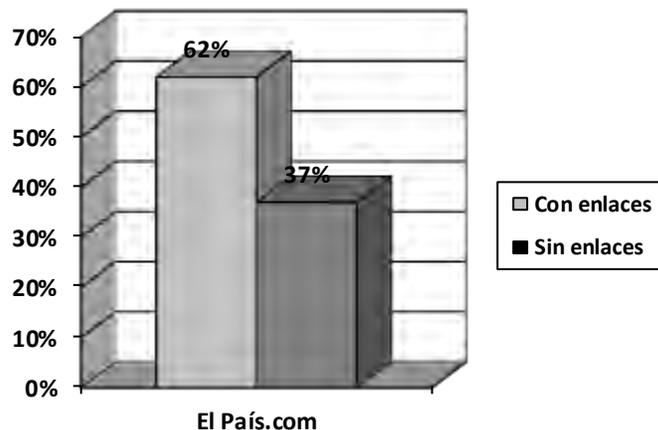


Gráfico 1. El uso de enlaces y nodos en las notas analizadas de El País.com

El Universal.mx

Sin embargo, parecería que ni El Universal.mx, como institución, ni los propios periodistas han acabado de entender y prepararse para aplicar en sus textos esta característica.

A pesar de la cobertura que se le da a un tema durante varios días, las notas no son relacionadas entre sí para dotarlas de mayor profundidad y los periodistas continúan repitiendo la misma información de contexto que podría substituir con hipervínculos. En más del 90 por ciento de los contenidos analizados dentro del diario digital mexicano no registramos la utilización de enlaces. La siguiente gráfica revela que sólo el 8 por ciento de los cibertextos presentó hipervínculos, es decir, sólo 14 de 179 textos analizados encontramos esta característica.

Esta situación que resulta lamentable podría explicarse por la lenta apropiación de este tipo de tecnologías discursivas en la producción informativa de los periódicos, que se abrevia en la poca o nula aplicación de la convergencia de sustancias expresivas multimedia amalgamadas interactivamente.

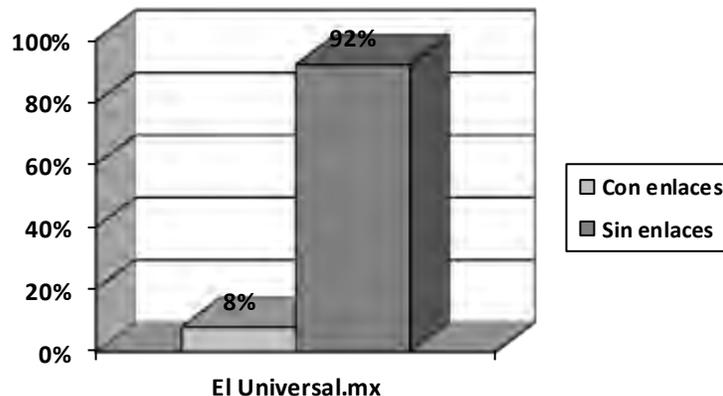


Gráfico 2. El uso de enlaces y nodos en las notas analizadas de El Universal.mx

b) Composición de los enlaces

Características básicas

Los resultados de este estudio muestran que los enlaces utilizados dentro de los textos son en su mayoría palabras o grupos de palabras destacadas en colores gris o azul marino, con lo que se busca romper la uniformidad del texto.

Se colocan principalmente sobre sustantivos o verbos que ameriten *conducir al lector* a otro contenido diferente que dé mayor amplitud y contexto a la nota principal.

- **Destino**

Los destinos de los enlaces analizados permanecen **implícitos** debido a que no responden con antelación a dónde serán conducidos los lectores que activen el hipervínculo.

De igual forma, son unidireccionales y planos, ya que después de dirigir al lector al siguiente contenido, en la mayoría de las ocasiones **no ofrecen un botón de retorno**.

Como se observa en las gráficas siguientes, más del 70% de los enlaces analizados en ambos medios tienen como destino nodos internos o notas que fueron publicadas anteriormente por el mismo diario digital y que guardan relación con el tema de la nota inicial.

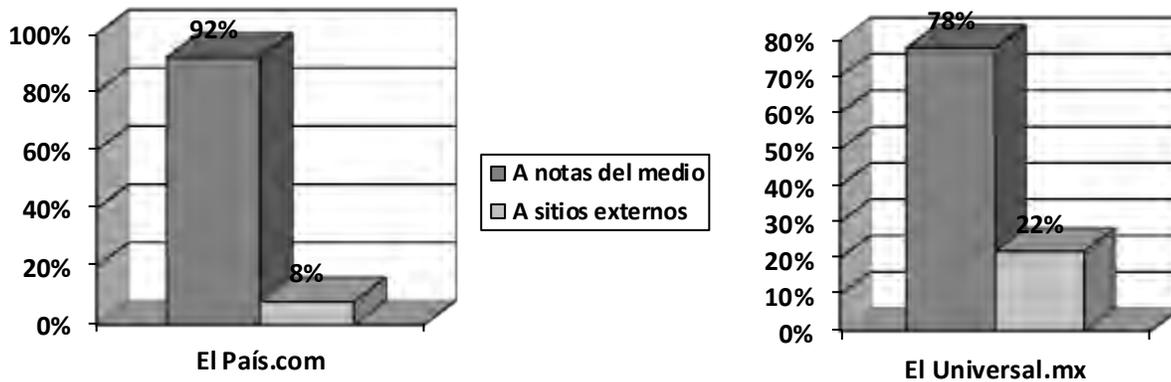


Gráfico 4 y 5. Destinos de los enlaces en las notas analizadas de El Universal.mx y El País.com

Al contrario, sólo cerca del 20 por ciento conduce a sitios externos relacionados con el tema de la nota o documentos que amplían y dan mayor fiabilidad a los datos del cibertexto.

- **Propósito**

En este sentido, observamos que *el propósito* al usar la hipertextualidad en este medio es **dotar de mayor amplitud y contexto** a la información, con otras noticias o fuentes ajenas al medio, además de aportar **más recursos** textuales o multimedia.

Uno de los más importantes hallazgos obtenidos en el estudio de esta particularidad se desprende de la evidencia referente al grado de apertura y profundidad de las **estructuras hipertextuales** que son utilizadas para dar profundidad a los contenidos.

c) Evaluación de las estructuras o narrativas hipertextuales

Durante el análisis de estos objetos se observa cierta tendencia a la producción de estructuras en red, que remite a la idea de redes interconectadas, narrativas construidas bajo la forma de un rizoma.

En el hipertexto en red, la idea de un tronco central no existe y la trama de conexiones, que se establece entre las lexías es mucho más compleja, pues, en teoría, no respeta ningún tipo de jerarquía aparente en la organización de las informaciones.⁹³

Los resultados muestran que al activar un enlace, los niveles de las estructuras resultantes pueden ser de seis, en el caso de El Universal.mx, y hasta diez o más notas secundarias, como sucede en El País.com. Estos cibertextos pueden ser visitados por los usuarios que busquen profundizar sobre el tema inicial.

93 *Ibíd.*, p. 29

A través de los siguientes ejemplos, explicaremos qué tipo de estructuras predominan, y hasta qué punto se trata de estructuras coherentes y eficaces.

1. Estructuras *Nivel 0 y 1*

Más del 68 por ciento de los contenidos analizados en ambos medios (en total, 320) no cuentan con retornos o hipervínculos dentro del cuerpo de la nota. El Universal.mx fue donde se registró más esta ausencia: en el 92 por ciento de sus textos, mientras que en El País.com sólo apareció en el 37 por ciento.

Como resultado, las estructuras que hallamos con mayor frecuencia son las que se organizan en torno a un cuerpo central y que sólo constan de dos nodos vinculados entre sí.

Se trata de una secuencia⁹⁴ compuesta por un **nivel 0 (resumen de la nota en la portada del medio digital)** y un **nivel 1 o nota completa**. Esta estructura es la más sencilla de todas las posibles; sin embargo, su función es pobre y se acerca más al “pase a la siguiente página” de los medios impresos. No hay un uso complejo de las funciones digitales.



Ejemplo tomado de El Universal.mx

A partir de este ejemplo podemos observar como sólo un título en la portada, que funciona como enlace, es el conducto para visitar la nota “Ebrard pide no insistir en llegar al Zócalo”. Ambos elementos funcionan como nivel 0 y 1.

2. Estructuras *lineales*

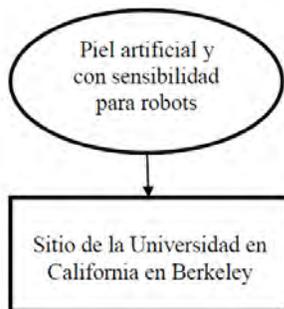
Al analizar el 31 por ciento de los contenidos en ambos medios que sí muestran enlaces dentro del cuerpo de la nota, comprobamos cómo algunos de ellos coinciden en presentar estructuras que disponen de dos o más niveles, cuyo uno o dos enlaces sólo permiten un itinerario establecido y sin posibilidad de retorno.

94 Javier Díaz Noci. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*, p. 158.



Ejemplo tomado de El Universal.mx

Cuando nos referimos a itinerarios establecidos, hablamos sobre las líneas de lectura que existen en estos textos a través de los enlaces y que dejan fuera la posibilidad de una narrativa multiseccional, para guiar al lector a una serie de nodos establecidos, de longitud y profundidad corta.



Ejemplo tomado de El País.com

Generalmente, estos productos cuentan con un **nivel 0** o el titular en la portada del medio digital; un **nivel 1** o texto fuente, y los **niveles siguientes** que pueden conducir a notas relacionadas, sitios de fuentes primarias o contenidos en formato PDF que dotan de mayor contexto y profundidad a la información.



Ejemplo tomado de El Universal.mx

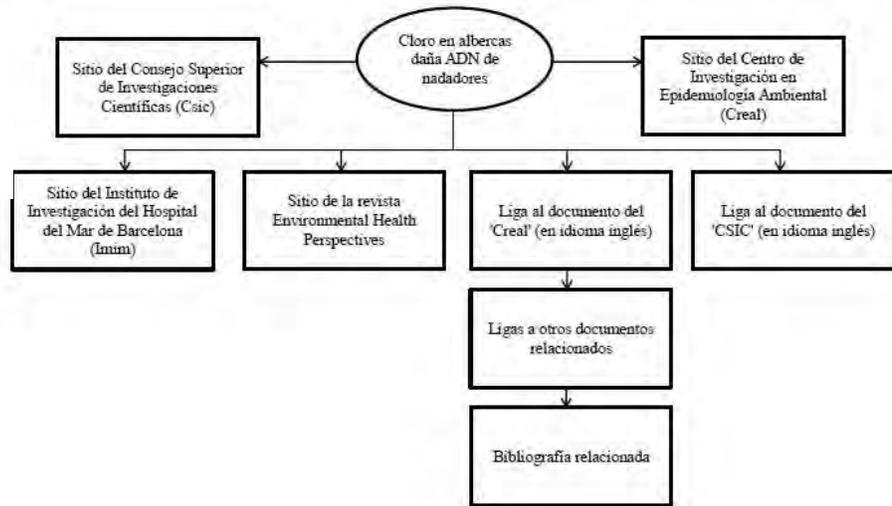
En estos casos, en alguno de los distintos nodos **es posible encontrar enlaces que cumplan la función de retornos a la nota inicial**; sin embargo, no es frecuente encontrarlos. Además, estos hipervínculos no cuentan con alguna advertencia sobre el destino al que conducen. No hay una total coherencia.

3. Estructuras *arbóreas multilineales*

Durante el análisis de estos contenidos, deducimos que existe una tendencia por parte de este medio digital para crear estructuras con un nodo inicial que da lugar a varias alternativas lineales paralelas.

Veamos los siguientes ejemplos:

Ejemplo tomado de El Universal.mx

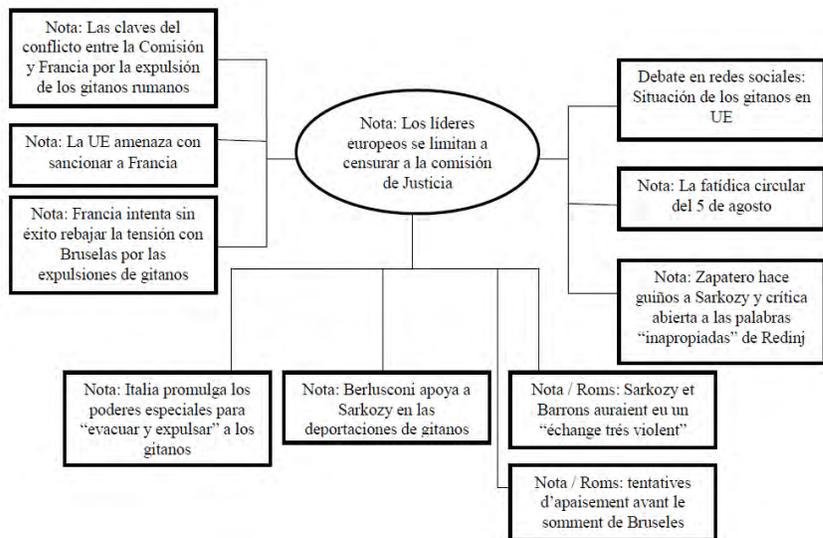


Este tipo de objetos comparten varias características entre sí, como nodos paralelos que no ofrecen retorno a la nota inicial, ni accesos entre ellos.

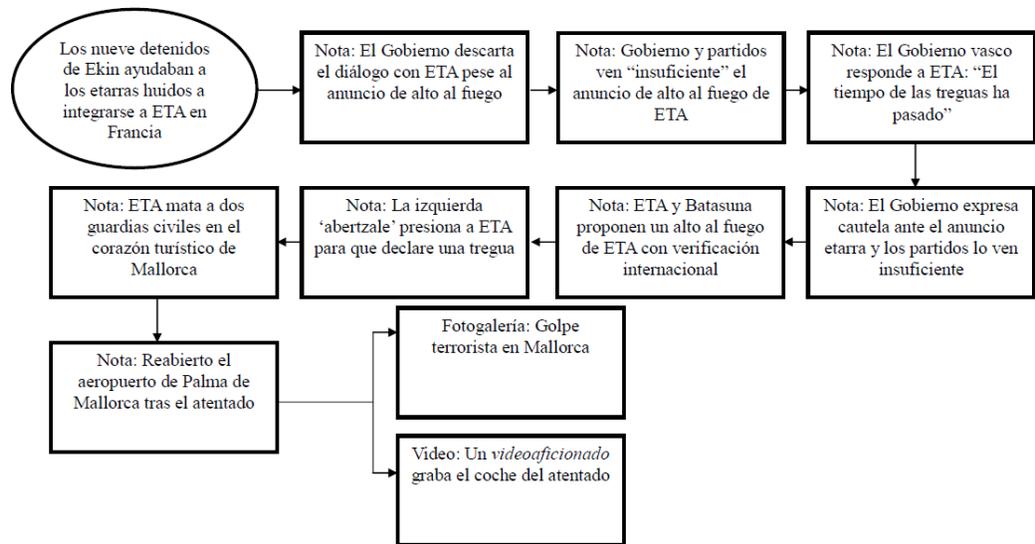
La siguiente estructura, por ejemplo, **ofrece 10 nodos que dan la posibilidad de continuar profundizando** en el contenido de la nota mediante el acceso a otras estructuras

arbóreas multilineales, como sucede cuando las ligas conducen a contenidos de otros medios; en este caso, a notas del periódico francés **Le Monde.fr**.

Ejemplos tomados de El País.com



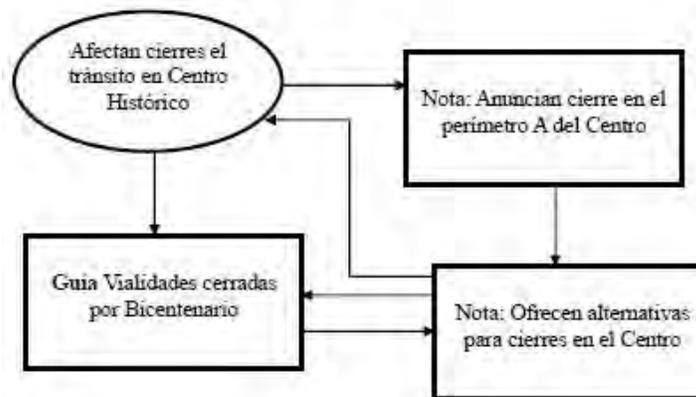
Otro caso que llama la atención es este, donde **un solo hipervínculo dentro del cibertexto puede derivar hasta en 10 capas de profundidad** que llevan a otras notas o contenidos multimedia relacionados.



Recordemos que “mediante el empleo de nodos, entendidos como unidades de información, y enlaces organizados de forma coherente se obtiene el cibertexto. [...] Éste es un producto no tanto largo como profundo”⁹⁵.

A su vez, los nodos también pueden conducir a otras estructuras lineales básicas, que se dirigen con frecuencia a notas relacionadas del mismo sitio

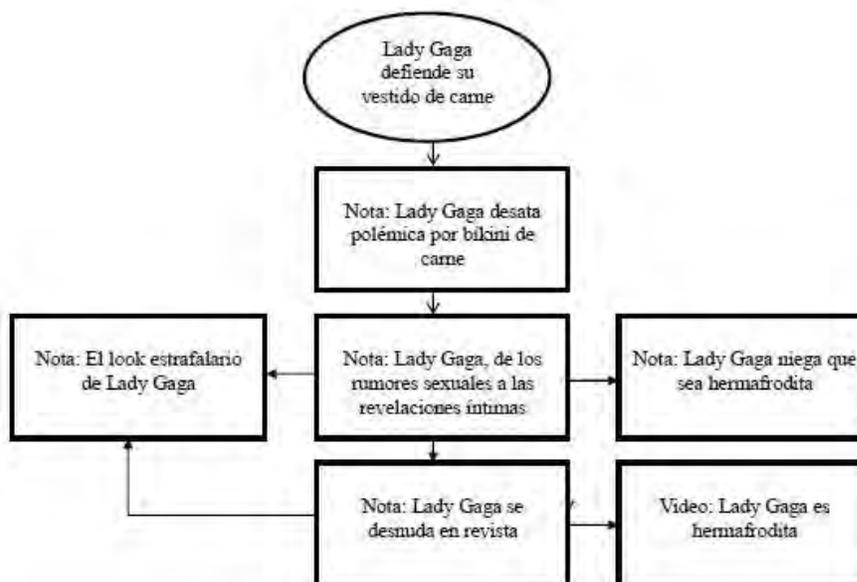
Ejemplo tomado de El Universal.mx



Hay otras estructuras, en cambio, que rompen con algunas de estas sentencias y el segundo nivel aparece representado por estructuras tanto lineales como arbóreas multilineales, cuyos nodos permiten el retorno al inicio, al igual que posibilitan el acceso de forma paralela entre los distintos nodos que la conforman.

95 Javier Díaz Noci; Marcos Palacios, *Op. Cit.*, p. 29.

Ejemplo tomado de El Universal.mx



De lo expuesto hasta ahora se deduce que las estructuras hipertextuales analizadas dan paso a una narración multiseccional que utiliza el hipertexto como un “modo de asociación” para relacionar noticias de un mismo tema y enriquecer el contenido inicial con documentación complementaria.

Usualmente los nodos de estos productos digitales se refieren a noticias ya publicadas en el medio y relacionadas con el tema, aunque también algunos son documentos externos con estructuras propias y formatos PDF.

La gran mayoría de las estructuras parten de un nodo de entrada (portada, nivel 0), compuesto por un titular y un breve texto, para dar paso a los contenidos que se forman con un titular, sumario, cuerpo de la nota, fotografía, pie de foto y notas relacionadas.

En ambos medios, constatamos que el uso de estas nuevas narrativas permite desarrollar estructuras hipermediáticas para dotar al cibertexto periodístico de un sinnúmero de categorías discursivas⁹⁶, como son **antecedentes**, **contextualización**, **ampliación** y **documentación**, entre otras.

96 Véase: Sonia Pérez Marco, El concepto de hipertexto en el periodismo digital: análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles (Tesis Doctoral)

4.2 MULTIMEDIALIDAD

Pese a que la hipertextualidad representa un cambio sustancial en la prensa digital, la multimedialidad es la característica definitoria que ha marcado su evolución; se trata de uno de los adelantos y aportes tecnológicos más importantes del ciberperiodismo.

Su presencia supone la redefinición del producto periodístico tradicional en otro que conjunta no sólo textos y fotografías, sino también videos, audios, mapas, reproductores en tiempo real o gráficos para ofrecer un mayor tratamiento de la información.

A su vez, la utilización de estos recursos es esencial para llamar la atención de los lectores y mejorar su comprensión sobre la realidad que se describe en las noticias.

Por ellos se ha seleccionado una muestra representativa de dos de los principales periódicos hispanoamericanos, El País.com y El Universal.mx, sobre los que se han cuantificado los contenidos multimedia, a lo largo de una semana.

a) Estado general de la multimedialidad en los objetos de análisis

El País.com

Los resultados del estudio que exponen la presencia de elementos multimedia en El País.com, muestran que sólo 116 notas cuentan con elementos multimedia, de las 141 publicadas durante los siete días de análisis.

Notas con elementos multimedia en El País.com						
Día	Número de cibertextos con elementos	Total de elementos encontrados en el home	Tipo de elemento			
			Fotos	Video	Audio	Otros
13/09/2010	15	24	25	2	0	1 (Pantalla de chat donde se realizó una entrevista digital)
14/09/2010	19	32	24	6	0	0
15/09/2010	12	16	12	4	0	1 (Mapa virtual)
16/09/2010	16	22	21	1	0	0
17/09/2010	16	35	23	12	0	0
18/09/2010	22	30	26	1	1	2 (Un mapa virtual y un documento PDF del que se habla en la nota)
19/09/2010	16	24	17	6	0	

						1 (Pantalla para narración minuto por minuto)
Total	116	183	148	32	1	5

Estas cifras indican que el 84 por ciento de los contenidos en este diario digital se construyeron mediante los diferentes formatos multimedia, como fotografías, audios o videos, entre otros.

EL PAÍS.COM

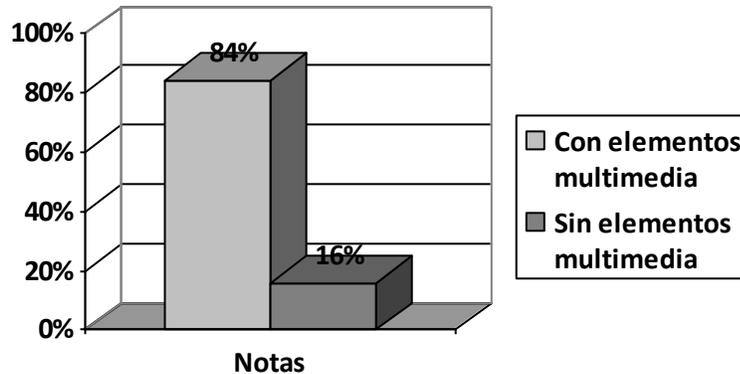


Gráfico 3. Notas con elementos multimedia

La más alta presencia multimedia la encontramos en la pantalla principal o home, donde conviven un promedio de 40 elementos por día.

Home de El País.com

Estas cifras son definitorias para considerar a la multimedialidad como una característica que distingue y singulariza a este diario digital de su precedente impreso.

Es importante destacar que más del 88 por ciento de estos contenidos presentaban sus diferentes recursos multimedia en una “orquestración multimedial” o una integración donde todos los elementos son parte de una totalidad armónica.

Goldenberg acuñó este concepto que surge de una analogía con las orquestas sinfónicas, en las que, según explica el investigador, los instrumentos tienen un papel diferente y no tocan al mismo tiempo, pero cada uno es parte de un todo armónico⁹⁷.

Este es el caso de El País.com, donde las imágenes o videos no repetían la información del texto y sumaban más datos así como nuevos ángulos sobre el hecho reportado.

Sólo el 11 por ciento de los elementos analizados se encontraba distribuido dentro de un *collage* formado por diferentes tipos de medios con informaciones similares, el llamado *manymedia*⁹⁸.

Otro aspecto que debemos destacar es que el 99 por ciento de estos recursos es *asincrónico*, ya que no se trata de elementos como “narraciones minuto por minuto” que realizaran transmisiones en vivo para dar continuidad a la información.

Por otro parte, destacamos que El País.com utiliza más del 96% de fotografías, videos y otros elementos en notas informativas, sobre cualquier otro género periodístico. Un total de 96 notas fueron trabajadas con la inclusión de elementos multimedia fueron destinados a la nota; de ellas, más de 70 sólo acompañaban el texto con fotografías y 12 con imágenes además de video.

La entrevista, el reportaje o la crónica, que son quizá los géneros con más posibilidades para crear nuevas narrativas, tienen una presencia muy discreta en este diario digital; consideramos que esto se debe en gran parte al tiempo que representa la preparación de estos trabajos contra la demanda y rapidez en la información que exige Internet.

97 Ver más en “Multimedialidad”, Capítulo I: Ciberperiodismo.

98 Término acuñado por la académica María José Pérez Luque, quien fuera directora del Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Universidad de Navarra, localizada en la ciudad de Navarra, España.

Géneros periodísticos más usados por cada elemento multimedia						
Géneros periodísticos	Tipo de elemento					Total
	Foto	Video	Fotos c/n video	Fotos c/n Otros	Videos c/n Otros	
Nota	72	3	12	4	2	93
Entrevista	6	0	1	0	0	7
Crónica	4	0	0	1	0	5
Reportaje	9	1	1	0	0	11

En cuanto a la presencia de los diferentes formatos multimedia en este diario español, resulta ser muy desigual. Destaca la utilización de fotografías, que es muy superior a los otros formatos.



Marcha en Barcelona contra los recortes. / JOSÉP (AGO) (AFP)

EL FUTURO DEL PSOE

Rubalcaba: "Me siento como el Madrid cuando jugó con el Barça"

PERE RIOS | Barcelona - Tu comentario
Asegura en Barcelona que firmaría empatar con Chacón en el apoyo de los delegados del PSC

- González, con Rubalcaba pese a "querer" a Chacón



Granero celebra gol / A. ARD. BARCELONA

El Madrid se basta con una pierna

JOSE SÁMANO | Madrid
Guiado por Granero, el líder remonta a un Zaragoza en estado de zozobra

- GALERÍA: El partido en imágenes
- VIDEO: Un ejercicio de trámite

Las idas y venidas de Kaká

ELEONORA GIOVIO | Madrid
El brasileño, esta vez titular, marca el gol del empate y da el pase del tercero

CULTURA



Franzen y la sensación de libertad de un revolucionario de la novela

WINSTON MANRIQUE | Cartagena de Indias
El autor estadounidense responde a EL PAÍS en esta videoentrevista desde del festival Hay de Cartagena de Indias



López, Rubalcaba y González, hoy en Madrid. / JULY MARTÍN

Chacón llama al cambio en el PSOE apelando a su condición de mujer

SOLEDAD ALCAIDE | Madrid - Tu comentario
Rodeada de veteranas feministas, pide el apoyo de las socialistas: "El paso que he dado nos concierne a todas"



Llorente, abrazado por sus compañeros. / EFE

Hérculeo Llorente

FAUSTINO SÁEZ | Madrid
Un triplete del delantero del Athletic tumba a un voluntarioso Rayo Vallecano (2-3)

- VIDEO: Más goles que fútbol
- El Espanyol sufre para ganar al Mallorca



Carlos Fuentes, en Cartagena de Indias. / R. MALDONADO (EFE)

Las desdichas, con letra entran

WINSTON MANRIQUE SABOGAL | Cartagena de Indias
Carlos Fuentes, Néida Piñón o Jonathan Franzen se citan en el Hay para hablar de la creación y sus incertidumbres

- Por qué Colombia habla y escribe en español

Garzón denuncia que Marchena le acusa de cohecho sin pruebas

NATALIA JUNQUERA | Madrid
Dice que el auto "contradice lo ampliamente probado por todas y cada una de las diligencias de prueba practicadas"



Terry y Ferdinand, en el partido. / E. K. (REUTERS)

Inglatera pierde los buenos modales

JORDI QUEIXANO
Anulados los saludos del Queen's- Chelsea por las tensiones entre Terry y Ferdinand

- El Manchester United está en coma

El teatro al completo

MARCOS ORDÓÑEZ
José Luis Gómez prepara el estreno de 'Grooming' y su ingreso en la Academia, donde contará su viaje lingüístico

Vigilantes nocturnos

ANTONIO MUÑOZ MOLINA
The City Dark' tiene título de cine negro, pero de lo que trata es de la desaparición gradual de la negrura de la noche



Multimedialidad, ejemplo tomado de El País.com

Pese a la fuerte irrupción en los últimos años del video en la prensa digital, la fotografía continúa siendo el contenido multimedia predominante: no son colocadas únicamente junto a los textos, sino también en galerías de imágenes que llenan la edición digital.

Elementos multimedia más usados por cada género periodístico					
<i>Tipo de elemento</i>	<i>Género periodístico</i>				<i>Total</i>
	<i>Nota</i>	<i>Entrevista</i>	<i>Crónica</i>	<i>Reportaje</i>	
Foto	112	7	14	12	145
Video	27	1	0	4	32
Audio	1	0	0	0	1
Otros	4	0	1	0	5

A una considerable distancia de este elemento, se encuentra el audio junto con otros formatos como mapas virtuales, narraciones en tiempo real y chats; sin embargo, su presencia no es tan notable como la de los videos.

Por cada género periodístico, la nota continúa siendo la más utilizada para trabajar la información mediante complementos multimedia; utiliza más del 60 por ciento del total de recursos hallados durante el análisis.

El Universal.mx

Durante nuestro estudio en El Universal.mx, hallamos sólo 53 notas con elementos multimedia⁹⁹ de las 179 publicadas durante los siete días de análisis.

Notas con elementos multimedia						
Día	Número de cibertextos con elementos	Total de elementos encontrados en el home	Tipo de elemento			
			Fotos	Video	Audio	Otros
12/09/2010	2	10	9	1	0	0
13/09/2010	7	32	26	5	0	1 (Mapa virtual)
14/09/2010	7	109	107	2	0	0
15/09/2010	4	10	6	3	0	1 (Pantalla para sintonizar la transmisión en vivo)
16/09/2010	6	36	33	3	0	0
17/09/2010	12	30	18	11	0	0
18/09/2010	15	36	21	15	0	0
Total	53	263	221	40	0	2

Es importante resaltar que más del 98% de estos contenidos presentaban sus diferentes recursos multimedia, al igual que en El País.com, en una “orquestación multimedial”; las imágenes o videos no repetían la información del texto y sumaban más datos así como nuevos ángulos del hecho reportado.

Sin embargo, este diario mexicano registra un uso más alto de estos formatos a diferencia que el español; en siete días, sumó más de 263 recursos contra 183 del ibérico.

Al igual que en El País.com, la más alta presencia multimedia en este diario la encontramos en la pantalla principal o home, donde conviven un promedio de 40 elementos por día.

99 Aunque el audio es un recurso presente actualmente en este diario digital, no tuvo ninguna publicación durante los días de nuestro análisis por lo que no fue contabilizado en este trabajo.



Los resultados muestran una fuerte polaridad es en cuanto al número de cibertextos que utilizan elementos multimedia. Se trata de una diferencia de más del 50 por ciento entre el diario español (116) contra el mexicano (53).

Las cifras de la siguiente tabla también indican que sólo cerca del 29 por ciento de los contenidos en este diario digital se construyeron mediante los diferentes formatos multimedia, como fotografías, audios o videos, entre otros.

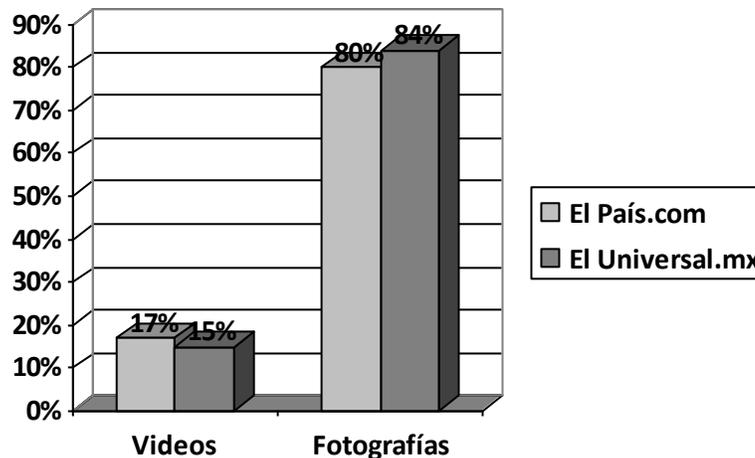


Gráfico 4. Notas con elementos multimedia

Es importante señalar que el 99% de estos recursos era *asincrónico*, ya que no se trataba de transmisiones en vivo que dieran continuación a la información.

En cuanto a la utilización de géneros periodísticos en el uso de los formatos multimedia, cerca del 98% de fotografías, videos y otros elementos fueron utilizados en notas informativas.

Al contrario de El País.com donde destaca el uso de la fotografía, el video resulta fundamental en el tratamiento que se hace de este género. Durante los siete días de análisis, del total de notas, más del 57 por ciento fueron acompañadas sólo con video, el resto con fotografías o presentaron una combinación de ambos formatos.

Géneros periodísticos más usados por cada elemento multimedia					
<i>Géneros periodísticos</i>	<i>Tipo de elemento</i>				Total
	<i>Foto</i>	<i>Video</i>	<i>Fotos c/n video</i>	<i>Fotos c/n Otros</i>	
Nota	11	30	10	1 (Mapa virtual)	52
Entrevista	0	0	0	0	0
Crónica	0	0	0	1 (Pantalla para sintonizar la transmisión en vivo)	1
Perfil	0	0	0	0	0

Aunque la entrevista, el reportaje o la crónica son utilizados en este diario, tienen una presencia muy discreta: solo el 2 por ciento incluyó estos recursos.

Por último, en lo que se refiere al uso de elementos multimedia, los resultados evidencian que aún el nivel de utilización de estos recursos es muy bajo para el desarrollo de contenidos propios de la prensa digital.

Elementos multimedia más usados por cada género periodístico					
<i>Tipo de elemento</i>	<i>Género periodístico</i>				<i>Total</i>
	<i>Nota</i>	<i>Entrevista</i>	<i>Crónica</i>	<i>Perfil</i>	
Foto	215	0	6	0	221
Video	40	0	0	0	40
Audio	0	0	0	0	0
Otros	1 (Mapa virtual)	0	1 (Pantalla para sintonizar la transmisión en vivo)	0	2

Destaca la utilización de fotografías, que es muy superior a los otros formatos, como el video. Este número tan elevado de imágenes se explica tanto por la utilización intensiva de éstas como por el uso habitual de la repetición de unos mismos elementos durante diferentes días.

Así fue el caso de las notas que surgieron a partir de la llegada del huracán Karl a las costas mexicanas, ya que más de 24 notas compartieron la misma fotogalería que detalla los destrozos provocados por el fenómeno natural en distintos estados del país.

Podría interpretarse que esto se debe a que el 45% de los medios digitales latinoamericanos que utilizan formatos multimedia trabaja con un equipo diferente a sus periodistas, de acuerdo con el estudio *The state of Online Journalism in Latin America*¹⁰⁰ donde participa El Universal.mx.

El mismo examen arrojó que la mayor necesidad en términos de capacitación es la creación de productos multimedia, según el 26% de los responsables de los sitios. Veamos los resultados por cada uno de los recursos encontrados:

I. Fotografías

La utilización de los diferentes formatos multimedia en ambos diarios digitales es muy dispar. Es el caso, por ejemplo, de El País.com, en el que de los 183 elementos encontrados, más del 80% son fotografías, con un promedio de publicación de 21 imágenes cada 24 horas.

Una situación parecida ocurre en El Universal.mx, donde de los 263 elementos encontrados, más del 84% son también fotografías. El promedio de publicación diaria es de 37 imágenes.

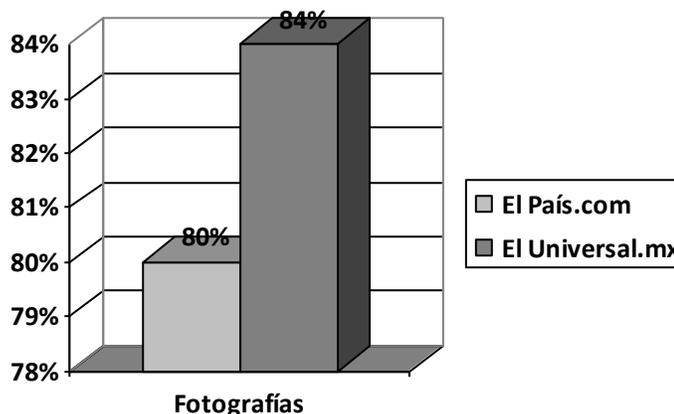


Gráfico 5. Fotografías hallas en el estudio

Tal como hemos indicado, la fotografía es el recurso con mayor presencia en ambos medios; hay cuatro veces más imágenes que cualquier otro recurso utilizado sea video, audio o gráficos.

En el período estudiado de El País.com, hay cuatro veces más fotos que videos, ciento cuarenta y ocho veces más que audios, y veintinueve veces más que otros elementos. Por lo que respecta a El Universal.mx, hay cinco veces más fotos que videos y cien veces más que otros elementos como gráficos o reproductores en tiempo real.

100 Franco, G. y Guzmán, *The state of Online Journalism in Latin America*, 2007.

Los resultados del estudio también indican que la fotografía sigue siendo el elemento multimedia predominante en todos los géneros periodísticos, sobre todo, en la nota informativa.

II. Videos

En cuanto al video, este recurso es poco utilizado en ambos diarios pese a que ha tenido una fuerte irrupción en la prensa digital durante la última década.

Durante los siete días de análisis sólo registramos 72 elementos audiovisuales, que representa 16% de los elementos encontrados en todo el estudio. Por tanto, la fotografía es fundamental en el periodismo digital, como lo ha sido siempre en el impreso.

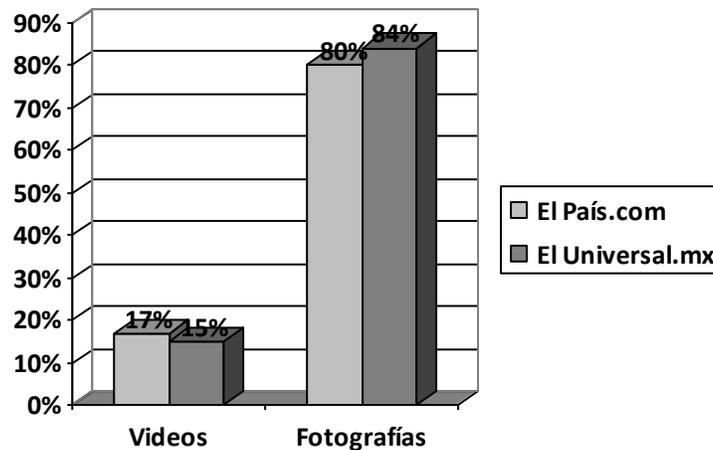


Gráfico 5. Comparativo entre videos y fotografías hallas en el estudio

El Universal.mx es el diario que ofrece un mayor número de videos; encontramos 40 de estos elementos; sin embargo, esta cifra sólo representa 15% del total de recursos multimedia que contabilizamos.

Es notable la presencia del video en El País.com.; es el segundo elemento multimedia con mayores apariciones en el diario; registramos 32 de estos recursos, 17% del total.



ocurrido el 5 de agosto, se conocía la existencia del refugio y que contaba con los suministros necesarios para que los mineros pudiesen sobrevivir un tiempo. El acceso a la mina dificulta las tareas de rescate, pero el 23 de agosto, una sonda llegó donde los trabajadores y estos pudieron enviar un mensaje, escrito en letras rojas en un papel de cuaderno: "Estamos bien en el refugio los 33". La felicidad tomó la región y en la capital, Santiago, los coches pitaban y las banderas de Chile se asomaban por los balcones.

Los mineros sobrevivieron hasta entonces con dos cucharadas de atún en conserva, un vaso pequeño de leche, media galleta y pequeños dados de melocotón en almibar cada 48 horas. Establecido el contacto, los psicólogos aconsejaron a los familiares que en la cartas no contasen aquello que pudiera bajar los ánimos a los atrapados. Los mineros tienen establecido una rutina de ejercicios, especialmente abdominales, para que el diámetro de sus cinturas no obstaculice el rescate.

Un equipo de asesoramiento médico de la NASA se trasladó a la entrada de la mina. Su labor está siendo determinante para aumentar la hidratación en un lugar donde la temperatura

Ejemplos de videos tomados de El País.com

Con frecuencia, la publicación de los videos es acompañada por fotogalerías o gráficos aportan más datos del contexto de la información. Ninguno de los videos son descargables y son realizados por los equipos de trabajo responsables del canal de televisión online de ambos medios.

Al igual que la fotografía, este recurso es poco utilizado en géneros periodísticos como la crónica o la entrevista, en contraste con la nota informativa. Nuestro registro arrojó que sólo 33 notas utilizan al video como único formato multimedia, en 25 más también lo está pero acompañado de fotogalerías u otros recursos.

No obstante, en el caso de El Universal.mx, la mayoría de las veces se trata de una masiva reutilización de videos creados específicamente sobre un tema y son repetidos en otras notas que tengan similitudes con esa noticia en específico.

Así sucedió con la cobertura realizada alrededor de la captura del narcotraficante Enrique Villareal Barragán, apodado "El Grande" o "King Kong". Doce notas compartieron el mismo video sobre los momentos posteriores a la captura y las declaraciones que hizo sobre esa detención la Procuraduría General de la República (PGR).



Repetición de videos, ejemplo tomado de El Universal.mx

III. Otros recursos multimedia

Por el contrario a la fotografía y el video, la cantidad de mapas interactivos o gráficos es escasa por encima del promedio general. En la categoría de “otros recursos” sólo contabilizamos ocho elementos en siete días.

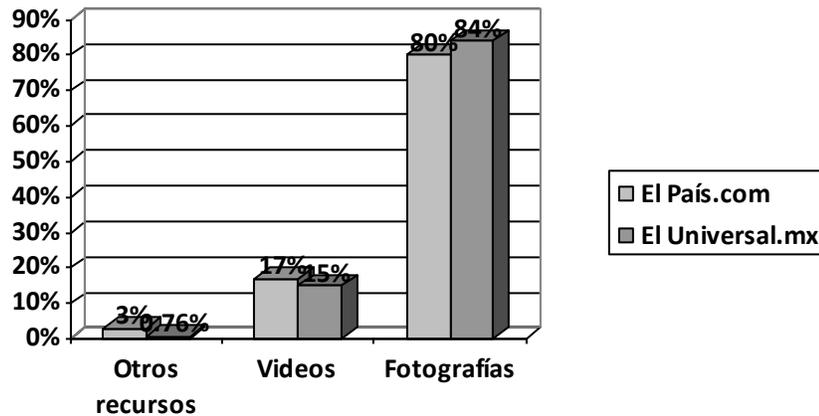


Gráfico 6. Comparativo entre videos y fotografías hallas en el estudio

En el caso de El País.com, el análisis mostró seis elementos, que representa sólo el 3% del total de recursos multimedia hallados en el medio español. Destacan dos pantallas interactivas, la primera cumplía la función de chat, mediante la cual los usuarios realizaban preguntas a un experto en futbol español; la segunda, reflejaba la narración de un partido de ese deporte en tiempo real.

GRUPO D

BARCELONA 5 - 1 PANATHINAIKOS

FINALIZADO 93'29"

Árbitro: Nicola Rizzoli 1 D 0

21' Messi ⚡
32' Villa ⚡
43' Messi ⚡
77' Pedro ⚡
92' Dani Alves ⚡

19' Govou ⚡

DIRECTO

Tiempo	Evento	Descripción
93:29	FINALIZA EL PARTIDO	
92:50	Gol	Gol de Dani Alves (5-1) con la cabeza. A pase de Messi. Desde dentro del área.
91:29	Falta	Falta de Abidal, zancadillea a Ninis.
90:40	Falta	Pedro zancadillea a Simão.
90:34	Centro al Área	Messi de jugada personal.
90:31	Internada al Área	Internada en el área de Messi, centra al área pequeña sin suerte.
88:31	Falta	Luis García comete falta, agarra a Dani Alves.
87:44	Falta	Iniesta comete falta, zancadillea a Ninis.
87:34	Centro al Área	Dani Alves saca una falta. El balón es despejado.
86:55	Falta	Karagounis comete falta, ha tocado el balón con la mano.
86:47	Remate	Remate de Messi con el pie izquierdo. Ha recibido el balón de Dani Alves. El balón acaba rechazado. Desde la frontal del área.
86:31	Remate	Remate de Iniesta con la derecha. Después de una jugada individual. Un rechace acaba con el peligro. Desde la frontal del área.
84:59	Tarjeta	Amarilla a Karagounis.
84:50	Falta	Karagounis comete falta, zancadillea a Iniesta.

LAS FOTOS DE LA JORNADA



LIGA DE CAMPEONES. JORNADA 1.



Fútbol-in

¿Te gusta el fútbol? Puedes conversar aquí sobre todo lo relacionado con este deporte. La Liga nacional y las internacionales, fichajes, cotilleos, faltas y goles...Y, por supuesto, los clásicos: ¿a quién ves como favorito para los Madrid-Barça?

Para poder escribir en este tema necesitas [registrarte](#).

[Iniciar sesión](#) Si estás registrado ya puedes participar.

Lola Huete Machado
fwd @loiahuetemachado: «¿Erotico»

Narración en tiempo real, ejemplo tomado de El País.com

Otro de los recursos hallados fue un mapa interactivo integrado a la nota para mostrar la ubicación del hecho del que se hablaba y que fue realizado bajo el servicio gratuito de Google Maps.

EL PAÍS.COM | Sociedad Domingo, 29/1/2010, 04:39 h EL PAÍS en KIOSKO y más

Inicio Internacional Política España Deportes Economía Tecnología Cultura Gente y TV **Sociedad** Opinión Blogs SModa In English

Educación Salud Ciencia El Viajero El País semanal Domingo

AVANCE Consulta el PDF de la portada de EL PAÍS, edición nacional, del domingo 29 de enero

ELPAÍS.com > Sociedad

El Gobierno siembra la confusión sobre el destino del silo nuclear

En un día frenético, Sebastián comunica a las comunidades que el almacén nuclear va a ir a Zarra, en Valencia, y La Moncloa le desaira y retrasa sin fecha la elección

RAFAEL MÉNDEZ / JOAQUÍN FERRANDIS - Madrid / Valencia - 17/09/2010

Vota ☆☆☆☆☆ | Resultado ★★★★★ 92 votos | Comentarios - 319

EDITORIAL: Sinrazones políticas

El Gobierno ha sembrado el desconcierto al comunicar a las comunidades valenciana y castellanomanchega que el almacén de residuos nucleares se instalaría previsiblemente en la **localidad de Zarra (Valencia)** para, horas después, negar que se hubiera producido una decisión oficial. Por la mañana, el ministro de Industria, Miguel Sebastián, comunicó a José María Barreda, presidente de Castilla-La Mancha (PSOE), que podía respirar tranquilo, ya que se oponía a ubicar el almacén en su comunidad. También ha intentado ponerse en contacto con Francisco Camps. Al no lograrlo, el secretario de Estado de Industria ha transmitido el mensaje al vicepresidente valenciano Vicente Rambla. La reacción desde Valencia ha sido de rechazo tajante. El Gobierno regional (PP) ha anunciado un recurso y ha acusado a La Moncloa -"nos quitan el agua y nos

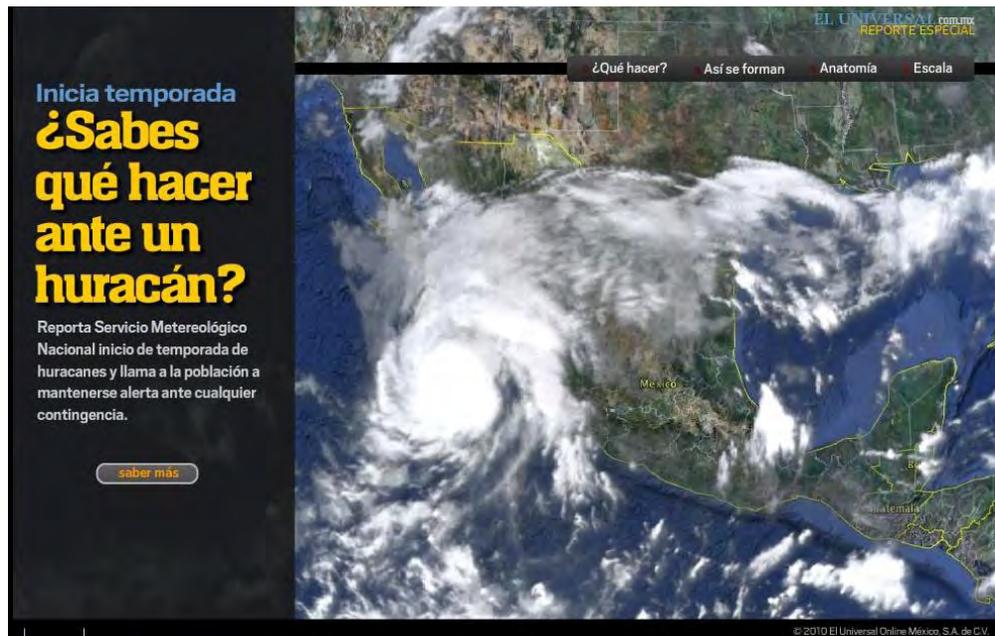


Mapa en nota, ejemplo tomado de El País.com

Es importante destacar que sólo en este diario digital hallamos la presencia de un audio que acompañaba una nota; el recurso mostraba parte de la entrevista con la fuente.

Esta clase de pantallas detectadas en ambos medios fueron los únicos elementos que catalogamos como *sincrónicos* dentro del análisis, ya que su transmisión en vivo ampliaba la comprensión del evento.

Registramos sólo la presencia de un gráfico que explica los pasos que seguían para salvaguardarse durante la llegada del huracán Karl a las costas mexicanas.



Gráfico, ejemplo tomado de El Universal.mx

Es así que resulta preocupante la baja utilización de estos recursos que no sólo construyen una nueva narrativa digital, sino también porque este tipo de tecnologías posibilitan insertar al público en las etapas de producción de la noticia, como es el caso de las transmisiones en tiempo real.

4.3 INTERACTIVIDAD

La tradicional relación prensa-público se ha visto profundamente alterada. En los cibermedios ya no es posible entender la figura del **lector pasivo**. Los nuevos espacios de comunicación son diseñados para nuevos actores, **los usuarios**, a quienes les ofrecen múltiples posibilidades para interactuar.

Más que una oportunidad tecnológica, Pedro Molina apunta en *Ciberperiodismo e interactividad: entre la participación y la apariencia* que la prensa digital se autodefine por su posición de mediadora en los procesos de participación virtuales. Y es que su existencia pone de manifiesto los deseos de los lectores por participar en la construcción de la noticia al igual que en los debates públicos generados alrededor del hecho.

Los ciudadanos, de manera individual o a través de las comunidades, asociaciones y otras formas de agrupación, ponen a disposición de cualquier persona interesada todo tipo de informaciones, conocimientos, opiniones y creaciones, en una gran variedad de formatos, interaccionando en el espacio virtual de la red y convirtiendo estos intercambios en posibilidades de acciones sociales y personales¹⁰¹.

La existencia de estos procesos participativos se debe a la **interactividad**, que permite *interactuar* ya sea con la computadora o con otros usuarios utilizando diferentes códigos en la presentación de la información, como enlaces hipertextuales o herramientas dialógicas.

Interacción significa intercambio de información entre un lector y un sistema artificial: el lector evalúa las posibilidades de la aplicación (qué es lo que puede conseguir por medio de su manipulación), realiza una operación y el sistema le devuelve una respuesta que puede desencadenar luego posteriores peticiones del usuario. [...] La forma más sencilla de interacción [...] es el manejo de botones que controlan una narración lineal¹⁰².

Esta característica rompe con la estructura lineal y la participación directa pasiva, desaparece la frontera entre periodistas y audiencias, dando como resultado un lector interactivo que opina sobre lo publicado, corrige o suma datos a la información e incluso busca una retroalimentación con el autor de la nota.

Arindo Machado resalta en *El paisaje Mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas* que este rasgo de los cibermedios permite al receptor entrar en el cibertexto a partir de cualquier punto, seguir cualquier dirección y retornar a cualquier punto ya recorrido.

101 Pedro Molina, *Ciberperiodismo e interactividad: entre la participación y la apariencia*, p. 176.
102 Alberto Cairo, *Interactividad en infografía de prensa*, págs. 3-4.

El texto-verbo-audiovisual ya no es más la marca de un sujeto (dado que el sujeto que lo realiza es otro, el lector usuario) sino un campo de “posibles” de que el sujeto anunciador sólo provea el programa y el sujeto actualizador realice parte de sus posibilidades¹⁰³.

- Modelo de interactividad en ambos medios

Sumergidos en este ambiente, es importante resaltar que la posibilidad de mantener una relación de doble vía con la audiencia resulta sustancial para sobrevivir en esta nueva dinámica de la prensa digital.

Desde sus lanzamientos a principios de la década pasada, tanto El País.com como El Universal.mx han tomado interés por alimentar esta relación e incrementar así la participación de sus lectores/usuarios. Esta característica distingue y singulariza al ciberdiario de otros medios en el periodismo digital hispanoamericano y de su precedente impreso.

Así lo evidencian los resultados de este análisis, donde la interactividad destaca por tener una fuerte presencia en ambos medios, como podemos observar en la siguiente tabla donde enlistamos el número de elementos que ayudan a la interacción y que están presentes tanto en el home (portada) de los cibermedios como en la estructura de sus notas:

Elementos constitutivos del sistema de interactividad				
	HOME (PORTADA)		NOTA	
	El País.com	El Universal.mx	El País.com	El Universal.mx
1	<p>Blogs: Se trata de bitácoras virtuales, periódicamente actualizadas, que recopilan cronológicamente textos o artículos de opinión</p>		<p>Hipertexto: Una serie de enlaces que permiten al usuario decidir el orden de su lectura y explorar otros ángulos sobre el mismo hecho informativo</p>	
2	<p>Herramientas para publicar opiniones en las secciones "Comunidad", "Opinión" y "Participa": Ambas ofrecen la posibilidad de interactuar con los columnistas y articulistas del cibermedio</p>		<p>Redes sociales y correo electrónico del periodista: A través de ellos, el lector puede sumar un dato a la información o enviar sus comentarios sobre la lectura</p>	<p>Correo electrónico del periodista y del medio: A través de ellos, el lector puede sumar un dato a la información o enviar sus comentarios sobre la lectura</p>

103 Arlindo Machado, *El paisaje Mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*, p. 6.

3	Foros y Sondeos ¹⁰⁴ . Espacios para compartir opiniones o discutir ciertos hechos de la agenda diaria con otros usuarios en tiempo real	Botones de redes sociales para una gestión personal y comunitaria de los contenidos	
4	Comentarios destacados de las notas más leídas del día	Comentarios en tiempo real sobre la lectura	
5	Banners para acceder a las páginas de las redes sociales del medio	Botones para personalizar el tamaño de letra y mejorar lectura o para imprimir el contenido	
6	Botones para leer las diferentes versiones de este diario digital: El medio ofrece una edición global y nacional, además de versiones sólo para teléfonos celulares, PDA, de sólo texto o titulares, audible, entre otras.	Sección de "Reportero Ciudadano": Espacio que le permite a los usuarios compartir audios, videos o fotografías sobre denuncias ciudadanas que acontecen en la capital del país y la zona conurbada.	Notas relaciones en otros medios: Esta sección muestra notas publicadas en otros medios y que guardan relación con el tema del que se habla en el texto.
7	Red social Eskup: Este medio español creó desde 2010 su propia red social que le permite interactuar de manera directa con sus lectores, conocerlos y saber sus inquietudes.	Chat: Mensajería instantánea entre dos o más personas. El medio utiliza esta herramienta para llevar a cabo entrevistas digitales con personalidades de todos los ámbitos.	

a) Tipo de Interactividad

El análisis de esta variable aparece enfocado al estudio de sus diferentes dimensiones. La primera de ellas hace referencia al **tipo de interactividad**, que busca determinar el nivel de control que tiene el profesional y la intervención del usuario en la confección de un contenido virtual.

Hay un tipo de interactividad que Díaz Noci y Palacios denominan como **autorial**, la cual permite al usuario participar en una publicación, con comentarios u opiniones, y le restringe la posibilidad de editar el texto¹⁰⁵. En este grupo encontramos a los medios estudiados. "Se permite participar a los usuarios pero no hasta el punto de intervenir en la confección del ítem noticioso¹⁰⁶."

Dentro de *Aplicaciones multimedia interactivas: clasificación*, Consuelo Belloch se refiere a esta tipología como **programas semiabiertos** que permiten adaptar el

104 Los sondeos buscan la reacción de la audiencia frente a temas de actualidad. En ellos sólo se puede conocer el número de usuarios que están de acuerdo o no con la proposición cuestionada. Se desconocen los fundamentos de la respuesta.

105 Javier Díaz Noci y Marcos Palacios, *Óp. Cit.* p. 31.

106 *Ibidem.*

interface del usuario a las características del mismo (tamaño de las letras, tipografía, etcétera).

Estas aplicaciones permiten que el profesional modifique algunas de las características del programa o tome decisiones sobre el itinerario a seguir¹⁰⁷.

El Universal.mx y El País.com permiten al usuario seleccionar el tipo de actividades que desea realizar, decidir en el itinerario de su lectura y también ajustar la tipografía a sus necesidades propias, pero niega cualquier intervención en la confección de sus notas publicadas.

Otra categorización de la interactividad que es importante destacar aquí es la propuesta por Molina, quien plantea tres tipos de cibermedios de acuerdo con el interés que muestren por la opinión de los usuarios sobre sus contenidos, si excluyen o incluyen al lector.

Bajo estas propuestas, El Universal.mx se encuentra en la tercera tipología que “corresponde a aquellos diarios que permiten al lector opinar sobre las informaciones y que para ello abren espacios de comentarios al pie del texto de la noticia”¹⁰⁸.

En cada nota publicada, el lector de este cibermedio mexicano tiene la posibilidad de publicar su comentario u opinión sobre la lectura en tiempo real. De igual forma, el espacio puede aprovecharse para discutir con otros lectores el evento noticioso. En 24 horas, una nota puede tener cerca de 400 comentarios.

b) Grado de Dialogismo

Otras dimensiones que analizamos de esta característica son el *grado de dialogismo* y la *temporalidad*.

Presentaremos los resultados de la primera de ellas, que se refiere al número de usuarios que tienen contacto entre sí, ya sea de uno a uno o de uno a muchos. Evalúa también qué tan abierto es el medio para generar canales activos de participación.

Díaz Noci y Palacios distinguen dos tipos de grado de dialogismo que denominan como **simétrico** y **asimétrico**. El primero se refiere a la interacción de un solo usuario con otro o de muchos con muchos; el segundo, a la comunicación de uno con muchos.

Al analizar sus diferentes herramientas interactivas¹⁰⁹, tanto uno como otro medio analizado presentan ambas categorías:

107 Consuelo Belloch, *Aplicaciones multimedia interactivas: clasificación*, p. 5.

108 *Ibidem*.

109 Véase tabla: “Elementos constitutivos del sistema de interactividad”

- I. *Simetría*. Está presente en los foros, la sección de Reportero Ciudadano y dentro de los mismos comentarios a las notas, pues a la vez que se emite una opinión sobre la lectura, los usuarios discuten entre sí sobre sus diferentes posturas.
- II. *Asimetría*. Entrevistas digitales a través de los chats que organiza el diario digital, el correo electrónico del periodista o los comentarios a las notas operan bajo un canal de comunicación en el que participa un único interlocutor de un lado y múltiples del otro.

- TIPO DE DECLARACIONES INTERACTIVAS

A lo largo de las aplicaciones interactivas que proporciona El Universal.mx y El País.com nos encontramos con expresiones comunicativas unidireccionales, a través de las cuales un miembro aporta su punto de vista sobre un hecho noticioso sin esperar respuesta, y otras que tienen la intención de buscar respuestas a una pregunta u opinión compartida.

Estas declaraciones propias de la comunicación electrónica las clasificamos en tres tipos, de acuerdo con los criterios que propone la española Adolfin Pérez en su estudio *Elementos para el análisis de la interacción educativa en los nuevos entornos de aprendizaje*:

- I. **Comunicación declarativa o unidireccional**. En ella, los participantes publican su opinión al grupo sin establecer un diálogo.
- II. **Comunicación reactiva, bidireccional**. Algunos de los participantes responden a un mensaje anterior, como una respuesta reactiva, sin que ésta busque la evolución del discurso.
- III. **Comunicación interactiva**. Se trata de una cadena de intervenciones donde cada una de estas tiene en cuenta la temática en general y están relacionadas de forma implícita o explícita con las participaciones anteriores. Suponen más que una respuesta reactiva.

Las dos primeras clasificaciones son con frecuencia las que más aparecen en estos sitios en forma de comentarios debajo de las notas u otros contenidos multimedia. Los usuarios mantienen un “diálogo” sobre los temas de la agenda diaria u otros hechos relevantes.

Veamos los siguientes ejemplos que fueron seleccionados de estos diarios digitales:

Diario: El País.com

Titular: *El vicepresidente Chávez tendrá que declarar por 'el caso Matsa'*¹¹⁰

Ejemplo A:

Comentarios - 134

Página 1 de 27

1 2 3 4 5 ... Última Siguiente >

134 | Leti - 16-09-2010 - 07:41:40h
Pero en la Andalucía de Chaves, antes, y ahora de Griñán, ya no se guardan ni las formas. Tal es el sentido de impunidad de que se orlan, que ni se molestan en disimular. Para qué. La oligarquía pública tiene asiento longevo en la Junta psoocialista. Ni se inmutan, oigan. La cara no se les cae ya de vergüenza. MATSA, MATSA, del blog <http://franciscovelasco.blogia.com/>

133 | Abogado Liberal - 15-09-2010 - 20:21:58h
#118 Juan: Lo tuyo es de nacimiento, por algún traumatismo brutal, por alguna maldición de los dioses, o por que cobras del pesebre compañero? (Joder y no acabamos, así nos va en este país, con lo de que antes robaron/prevaricaron/cohecharon -propio o impropio- aquellos, estáa bien que ahora lo hagan los míos) ¡¡Menuda panda!!

132 | Paz - 15-09-2010 - 19:53:05h
Si el artículo fuese del PP aún estaría en portada y por lo tanto tendría 500 comentarios, no 131

131 | Barón Rojo - 15-09-2010 - 18:29:44h
COPIO Y PEGO COMENARIO: 70Pedro - 15-09-2010 - 10:46:36hA ver si se entera la gente Chaves no esta imputado en este caso, declara como testigo nada mas. La derecha solo sabe enredar y sobre todo mentir. SI CHAVES FUESE DEL PP ¿ESTARIAS ESCRIBIENDO LO MISMO? sé honesto y contesta

130 | javier - 15-09-2010 - 17:33:50h
Los anadaluces parecemos el aire acondicionado que no hace ruido. Todo un vicepresidente del gobierno de España es citado a declarar por presuntas irregularidades y no se entera nadie. Andalucía no se merece este desprecio

Ejemplo B:

Comentarios - 134

Página 16 de 27

<< Anterior Primera ... 14 15 16 17 18 ... Última Siguiente >>

59 | angelillo - 15-09-2010 - 10:06:32h
Muy bien dicho 42 Dalamar, aquí hay un borreguismo político abrumador. La gente escribe con el carné de militante en la boca, ciegos perdidos. Ni PSOE ni PP, aquí hay gente neutral que sólo quiere un país mejor independiente de quien gobierne.

58 | Santiago - 15-09-2010 - 10:01:03h
En Andalucía el PSOE bien podría denominarse "La Familia", al igual que la Mafia en Sicilia. Una vez estaba paseando por el centro de Cádiz el Presidente de la Junta de Andalucía Chaves y uno de los espectadores dijo ¡Joé que cabezón tiene el tío! Pues bien salieron dos guardaespaldas de la comitiva, metieron al tío en un portal y le dieron una soberana paliza. Este ejemplo, representa la forma de gobernar del PSOE en TODA Andalucía durante más de treinta años de mayorías absolutas.

57 | saranyana - 15-09-2010 - 10:01:03h
10 millones de euros, trato de favor a mi hija, vicepresidente del gobierno de España, PSOE. Esto parece que abulta más que los 2 trajes de camps valorados en 1800 euros. Estamos hablando de MIL SEISCIENTOS OCHENTA Y TRES MILLONES DE PESETAS. Pero no se preocupen como son tan coherentes 'Chaves ya habrá dimitido.

56 | ¿Porqué el Psoe de Madrid no hace oposic - 15-09-2010 - 09:49:50h
Eso se llama tráfico de influencias y nepotismo, en lo que además la ley obligaba a Chaves a abstenerse, pero no lo hizo porque en casa le dibió ayudar a formalizar y ultimar los detalles del expediente de concesión de los 10,1 millones de euros de subvención a una multinacional en la que trabajaba su niña paulita. En otras palabras, caciquismo y corrupción.

55 | Luis - 15-09-2010 - 09:44:57h
Uy si la fiscalía general del Psoe, digo del Estado, y la policía de Rubalcaba, digo anticorrupción, investigara en Andalucía y Castilla la Mancha como lo hace en Valencia o Madrid. Esto de Chavez, digo Chaves, no se por que me confundo..., es solo la punta. Y si no Castilla la Mancha. ¿Que pasó con Caja Castilla la Mancha, con el Aeropuerto de Ciudad Real, con el Pocero de Seseña, con la hípica de Bono?. Nunca lo sabremos, al menos no mientras el psoc confunda gobierno con estado (como buen partido socialista que es, tipo chavez y chaves).

¹¹⁰<http://www.elpais.com/articulo/espana/Chaves/tendra/declarar/caso/Matsa/elpepuesp/20100914/elpepunac/17/Tes> (03/09/11, 16:45pm).

Diario: El País.com

Titular: La explicación de Zapatero sobre la expulsión de gitanos descoloca al PSOE¹¹¹

Ejemplo A:

Comentarios - 850

Página 9 de 170

« Anterior Primera ... 7 8 9 10 11 ... Última Siguiente »

810 | onun - 19-09-2010 - 12:26:53h
Como se nota que Franco aún vive en la cabeza de tantos españoles.

809 | Alfredo - 19-09-2010 - 12:25:51h
Para 803, alucinante la lógica deductiva de los retrasados mentales del buen rollo. La gente normal no apoyamos ninguna clase de delincuencia empezando por la de los políticos de todos los partidos y la banca, cosa que no podéis decir algunos. El código penal en una sociedad democrática es para todo el mundo, concepto básico y sencillo que no llegan nunca a entender los votantes fanáticos y sectarios de todos los partidos y los perroflautas diversos.

808 | ELENA - 19-09-2010 - 12:25:09h
Según gitanos españoles, se está empezando a notar el aumento de gitanos rumanos (que vienen de francia) Los pijos-progres con un discurso populista y políticamente correcto haciendo efecto llamada. Estoy convencida que muchos de estos pijos retos no quieren tener rumanos gitanos cerca.(si les preguntas a que se dedican te dicen sin ningun pudor a pedir y delinquir) Pero están haciendo un discurso erroneo y fuera de la realidad de sus votantes (y sino que pregunten a los votantes de la periferia de Madrid, normalmente votantes del Psoe) si están a favor de acoger más rumanos gitanos. No entiendo como en la periferia sur de Madrid gana el Psoe, el metro lo puso el PP, las Universidades del PP, los hospitales el PP. Pero que ha hecho el PSOE por el sur

807 | a Brisa 802 y 805 - 19-09-2010 - 12:23:17h
Te pierdes... ¿De qué hablas? ¿En qué barrio vives? No sigas que al final la acabará dándole a la culpa Creador del universo.

806 | alejandro - 19-09-2010 - 12:05:04h
el que venga a trabajar con todas las de la ley y a respetar cultura y derechos de los españoles, que se quede y el que no que se vaya a su casa, que cada país aguante a sus gitanos, a sus malantes, a sus corruptos etc. etc. bravo por Sarkozy a ver si tomamos ejemplo, porque cuando a uno le desmantelan la caseta de campo nueve veces en un año le meten una buena paliza y encima tiene que dar las gracias porque hubiera podido ser mas y no lo ha sido, pues se caga en todos los gitanos y demás, de manera que el que los quiera, pues nada que los adopte y que se los meta en su casa.

Ejemplo B:

Comentarios - 850

Página 156 de 170

« Anterior Primera ... 154 155 156 157 158 ... Última Siguiente »

75 | José María - Sevilla - 18-09-2010 - 08:53:39h
Espeluznantes son algunos comentarios que recuerdan a las justificaciones del partido nazi antes de llegar al poder en Alemania... Lástima de Europa si no refleja el humanismo, tolerancia y pensamiento del que ha sido ejemplo y motor del mundo civilizado. Nadie discute que quién delinque sea castigado... lo malo son las actitudes racistas y xenofobas que por desgracia están proliferando entre los dirigentes y que los ciudadanos somos incapaces de repudiar.

74 | AutonomíasTolerantes - 18-09-2010 - 08:53:37h
Pues según "la Respuesta Autonómica" ya sabemos quién puede recogerlos: Cataluña y País Vasco. Yo creo que es un buen momento: de paso, aprovechan la ocasión y expulsan a los "españoles"..... para hacer hueco.

73 | BISHOP - 18-09-2010 - 08:48:38h
En este caso, la inmensa mayoría de la gente en Europa, está demostrando más sentido común y menos hipocresía que los llamados intelectuales y los políticos, todos ellos alejados de la realidad, en su torre de marfil. El peligro es que esa falta de realismo y de hipocresía, para quedar bien ante la opinión pública, como portadores de la buena moral y de la verdad, puede provocar el surgimiento de líderes fascistas que prometan en los grandes barrios obreros, donde se concentra la mayoría de la población en las ciudades, la limpieza de delincuentes de toda raza y condición cultural. Entonces se acabó la estupidez multiculturalista y otras memeces de la posmodernidad progre que está acabando con los valores democráticos, con el Estado constitucional, y convirtiendo nuestras ciudades en conglomerados de guetos que sufren los de siempre, los que no delinquen, aunque sean pobres. Y luego va uno y lee cosas de gente de izquierdas donde, indirectamente, se les llama racistas a esos pobres, cosas que afortunadamente, no las dicen los alcaldes socialistas que viven el problema de cerca. Basta ya de hipocritas y mi apoyo a Sarkozy sin fisuras. Para cuando en España esta claridad de ideas Srs Politicos ???

72 | sostenible - 18-09-2010 - 08:47:58h
Usando estas palabrejas progres: hay ideas y políticas no sostenibles y todas las aglutina el psoe. suerte pa tos

71 | a Carlos Martel - 18-09-2010 - 08:45:33h
Mi educación cristiana me dice que es una barbaridad lo que has escrito, una falta de caridad total y absoluta. ¡PERO ESTOY TOTALMENTE DE ACUERDO CONTIGO! Se trata de una cuestión de supervivencia. ¿Por qué vamos a tolerar a otros lo que ellos no nos toleran ni en nuestra propia casa?

¹¹¹http://www.elpais.com/articulo/espana/explicacion/Zapatero/expulsion/gitanos/descoloca/PSOE/elpepiesp/20100918elpepinac_2/Tes (03/09/11, 16:45pm).

Ejemplo A:

 **Piantado** Navoja 18 de septiembre del 2010 | 00:45
¿Los carros alegóricos pasaron a ser propiedad de la nación? Pues que les pongan mesabancos y los acondicionen como aulas ambulantes. Quedarían mejor que muchas aulas que tenemos.
Me gusta (6) | No me gusta (0) | Responder | Reportar abuso

 **BarakObama** Distrito Federal 18 de septiembre del 2010 | 00:27
Esto no sucedería con la bazofia de Lopez Habrador.
Me gusta (2) | No me gusta (12) | Responder | Reportar abuso

 **alfEIAlien** Df 18 de septiembre del 2010 | 01:10
con razón nadie quiere a estos negros de basura.
Me gusta (6) | No me gusta (2) | Reportar abuso

**EL UNIVERSAL DF**
¿SABES QUÉ HIZO MARCELO EBRARD?
Infórmate gratis aquí con la aplicación para Android

 **OrgullosamenteSonorense** Hermosillo 18 de septiembre del 2010 | 00:19
Con esos millones haría una belleza de vida...; Pregunto? y la del pueblo?..
Me gusta (8) | No me gusta (1) | Responder | Reportar abuso

Ejemplo B:

 **OrgullosamenteSonorense** Hermosillo 18 de septiembre del 2010 | 00:19
Con esos millones haría una belleza de vida...; Pregunto? y la del pueblo?..
Me gusta (8) | No me gusta (1) | Responder | Reportar abuso

 **PANeslomismoPRI** DF 18 de septiembre del 2010 | 00:13
¿¿¿700 millones de pesos costó la estatua de malverde y la popo que hizo en su calzones el USURPADOR FELIPE CALDERON??? youtube.com/watch?v=-uEyLIVAwY0
Me gusta (9) | No me gusta (5) | Responder | Reportar abuso

 **BarakObama** Distrito Federal 18 de septiembre del 2010 | 00:28
Popo es lo que tienes en donde debiera estar tu cerebro, pendejete.
Me gusta (5) | No me gusta (6) | Reportar abuso

 **alfEIAlien** Df 18 de septiembre del 2010 | 01:17
ya contratan también sicarios negros en los pinos.
Me gusta (6) | No me gusta (0) | Reportar abuso

 **wilkins** Mexico 18 de septiembre del 2010 | 01:40
PANeslomismoPRI bienvenido, los Foristas te saludan Tu tutututu. Llevas 3 días queriendo que veamos tu Pinch3 Link y nadie lo ve, metetelo ahí donde te hace REMOLINO el Cuero !!. Y ya vete al Mitin del PEJE para que tengas que platicar ma~ana !!. Move Your Ass Out of Here.
Me gusta (0) | No me gusta (4) | Reportar abuso

En ambos ejemplos observamos tanto **la comunicación declarativa como la reactiva**; sin embargo, también es visible que el medio no parece preocupado por la incidencia de esta nueva situación, sobre todo para generar canales de comunicación abiertos al debate e incentivar así la generación de conocimiento.

Y es que mientras que algunos medios cuidan que los comentarios vertidos dentro de sus contenidos cumplan con algunas normas básicas, en El Universal.mx observamos que se permiten todo tipo de opiniones, aunque estas la mayoría de las veces contravengan cualquier norma de diálogo permisible.

En los cuatro diálogos seleccionados, los usuarios presentan opiniones basadas en **insultos y amenazas**, para dejar de lado los temas centrales de estas notas: expulsión de gitanos de Europa; corrupción y tráfico de influencias en el gobierno español; las muertes por la lucha contra el narcotráfico y la inversión pública en las fiestas por el Bicentenario en el país.

Es importante señalar que, en menos de 24 horas, cada nota contabilizó más de 100 comentarios, la mayoría exaltando la intolerancia, el racismo y las descalificaciones entre los usuarios:

- I. Extraídos de *El vicepresidente Chávez tendrá que declarar por 'el caso Matsa'*
 - “#118 Juan: Lo tuyo es de nacimiento, por algún traumatismo brutal, por alguna maldición de los dioses, o ¿por qué cobras del pesebre compañero? ¡¡Menuda panda!!” (sic)
Firma: Abogado Liberal | 15 de septiembre de 2010 / 20:21 horas.
 - “La gente escribe con el carné de militante en la boca, ciegos perdidos.”
Firma: Angelillo | 15 de septiembre de 2010 / 10:06 horas.
- II. *La explicación de Zapatero sobre la expulsión de gitanos descoloca al PSOE:*
 - “Cómo se nota que Franco aún vive en la cabeza de tantos españoles.”
Firma: ONUN | 19 de septiembre de 2010 / 12:26 horas.
 - “Espeluznantes son algunos comentarios que recuerdan a las justificaciones del partido nazi antes de llegar al poder en Alemania..”
Firma: José María - Sevilla | 18 de septiembre de 2010 / 08:54 horas.
- III. Extraídos de *Matan a reportero de El Diario de Juárez:*
 - “A ver qué dices jodido? vengo llegando de mal, me vine de fin de semana a Houston, si sabes lo que es eso? Muerto de hambre :D.” (sic)
Firma: Lauss | 16 de septiembre de 2010 / 23:24 horas.
 - “Mmmmm!!!! Por eso rebuznaste burro.”
Firma: Simmcova | 17 de septiembre de 2010 / 03:46 horas.

IV. Extraídos de *Gastos en Bicentenario sumaron 700 mdp: SEP*

- “Popo es lo que tienes en donde debiera estar tu cerebro, pendejete.”
Firma: BarakObama | 18 de septiembre de 2010 / 00:28 horas.
- “Con razón nadie quiere a estos negros de basura”, “Ya contratan también sicarios negros en los pinos.”
Firma: alfElAllen | 18 de septiembre de 2010 / 01:10 horas.

Con pocas excepciones, insultos, amenazas, burlas y opiniones antidemocráticas pueden verse en discusiones que nulo interés guardan respecto del tema propuesto en las publicaciones.

Se pervierte así el sentido de la participación, protagonizándose una suerte de apariencia que no conduce más que a su utilización como escaparate de todo tipo de comportamientos antisociales que invalidan el esfuerzo de otros espacios que trabajan con fines radicalmente distintos, es decir, por generar auténticos lugares de participación-acción ciudadana en los espacios públicos de comunicación como estrategias para la profundización de la democracia¹¹⁴.

c. *Temporalidad*

Las características de algunos de estos canales de participación de El Universal.mx, como los foros o comentarios dentro de los contenidos, permiten que las opiniones se vean reflejadas en tiempo real, característica mejor conocida como **sincronismo**.

Esta dimensión, también clasificada por los autores españoles antes citados, hace referencia a la participación directa e inmediata de una audiencia en la que todos pueden ser a la vez emisores y receptores. Así se genera una comunicación directa que contrasta con la que ofrecen otros medios convencionales.

Es así que los nuevos espacios de comunicación abrazan esta cualidad para buscar maneras de crear redes de participación ciudadana activas que generen nuevas formas de relación y de organización entre los medios y la audiencia.

Hay otros casos en los que el medio mexicano utiliza **la comunicación asincrónica**, que hace referencia al tipo de diálogo que establecen dos sujetos sin la restricción de un período de tiempo limitado.

114 Pedro Molina, *Óp. Cit.* p. 179.

La flexibilidad en la emisión y recepción de los mensajes, propios de la comunicación asincrónica, permite que se generen y mantengan diferentes núcleos temáticos simultáneamente y en direcciones de comunicación distintas¹¹⁵.

Las ventajas de este tipo de conversación radican en que la participación no se restringe a un momento acotado, como un chat en tiempo real. Esto se ve en el caso del diario sobre todo con los foros, que permanecen abiertos a los comentarios del público por largos periodos de tiempo.

d. Intervención de un Moderador

Dentro de este panorama que ofrecen ambos medios hispanos, todas las herramientas antes mencionadas son **moderadas**, con esto nos referimos a que operan bajo el control de un usuario que desde el medio regula las opiniones o discusiones que se generan en el sitio.

Esta característica es visible sobre todo en el cibermedio mexicano, ya que cada vez que se emite una opinión dentro de un contenido, un mensaje advierte a los usuarios que cualquier publicación que ofenda a terceros será eliminada de inmediato.

El moderador en El País.com y en El Universal.mx adopta una **forma de edición selectiva** para rescatar del anonimato las mejores intervenciones y relegar las peores al final de la lista de publicaciones.

En ocasiones, los periodistas en ambos diarios redactan notas sobre lo que se está debatiendo en los foros o en los comentarios debajo de los contenidos.

- *Estructuras de interactividad resultantes*

Díaz Noci propone ir más allá en el análisis de esta característica, puesto que, dependiendo del tipo y grado de interactividad que se aplique, hay estructuras resultantes que pueden clasificarse.

La estructura [...] determina el grado de interactividad de la aplicación, por tanto, la selección de un determinado tipo de estructura para la aplicación condicionará el sistema de navegación seguido por el usuario y la posibilidad de una mayor o menor interacción con la aplicación. No existe una estructura mejor que otra, sino que esta estará subordinada a la finalidad multimedia¹¹⁶.

115 Adolfin Pérez, *Elementos para el análisis de la interacción educativa en los nuevos entornos de aprendizaje*, p. 3.

116 Consuelo Belloch, *Aplicaciones multimedia interactivas: clasificación*, p. 3.

Se constituyen “con aquello que dote al sistema de posibilidades para que el usuario realice lo que le interesa realizar”¹¹⁷, explica Carlos Corrales en *El Diseño de la Interactividad*.

El investigador del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) expone que estas configuraciones definen las posibilidades de interacción del usuario, así como las formas en que manejará los contenidos e información del sistema; en este caso, del cibermedio.

También determinan un mapa de navegación del usuario por los diversos recorridos o las posibilidades y nivel de descubrimiento que el usuario encontrará, de acuerdo con el diseño de la navegación, búsqueda o interacción que se haga.

Al usuario le puede interesar: detener el sistema, retroceder, avanzar, reiniciar, elegir alternativas de recorrido, definir búsquedas, cambiar de un módulo o recorrido a otro, completar información, responder preguntas, preguntar por información, escribir información, colorear, dibujar, accionar elementos del sistema, comunicarse con otros usuarios, etc¹¹⁸.

Bajo las categorías que se proponen en *Ciberperiodismo. Métodos de Investigación*, El País.com y El Universal.mx manejan las siguientes estructuras:

1. **Aleatorias.** En ellas, el usuario desconoce de antemano el destino al que le conducen los enlaces propuestos dentro de los contenidos. Algunas de las ligas dentro del cibermedio son representadas con elementos lúdicos o de sorpresa, sin mencionar a dónde dirigirán al lector.
2. **Fijas.** Se trata de estructuras que sólo son modificables por el autor. Ninguna aplicación o contenido dentro del sitio de noticias mexicano permite alguna modificación de los usuarios.

Sin embargo, en casos como los foros o espacios como Reportero Ciudadano, se manejan **estructuras contributivas**, en las cuales es permitido intervenir en los contenidos añadiendo nuevos datos o sus opiniones.

En estos casos, los usuarios llegan a ocupar **el rol de editor colectivo** al fijar una agenda alternativa con lo que consideran más importante, misma que se ve reflejada en las listas que resaltan las notas “más leídas”, “más comentadas” o “más votadas”. En ocasiones, esta selección dista de la agenda nacional.

A esta mecánica también se le denomina **estructura relacional**, esta clase de configuraciones “recogen información de los usuarios y, en función de ello, organizan la información que se les muestra”¹¹⁹.

117 Carlos Corrales, *El Diseño de la Interactividad*, p. 7.

118 *Ibidem*.

119 Javier Díaz Noci y Marcos Palacios, *Op.cit.*, p. 31.

Belloch distingue además otros tres tipos de estructuras interactivas que, para el caso del cibermedio analizado, es importante resaltar el caso de las **reticulares**, pues en ellas “se utiliza el hipertexto para permitir que el usuario tenga toda la libertad para seguir diferentes caminos cuando navega por el programa atendiendo a sus necesidades, deseos, conocimientos, etcétera”¹²⁰.

Si bien en este tipo de configuraciones se organiza la información atendiendo a la relevancia de su contenido, también se le otorga libertad al usuario para moverse dentro del espacio. No hay caminos prefijados, sólo opciones posibles.

Diseñar la interactividad y participación en la prensa digital a partir de estas estructuras, implica asumir un nuevo paradigma: comprender a los cibermedios como *herramientas para la consulta de información* y no como presentaciones estáticas. Esto es porque el lector se transforma en *usuario* y el diario digital, en *aplicación*.

e. Técnica

La manera de llevar a cabo la interactividad es otro de los aspectos que consideraremos en esta investigación. Se trata de las técnicas que utilizan los cibermedios para comunicarse con sus audiencias.

Estos métodos pueden ser **dialógicos**, como correos electrónicos o chats, o de **personalización** que buscan dotar al cibernauta de herramientas para la adaptación de la interfaz a sus necesidades.

Así, en El País.com y El Universal.mx registramos **16 técnicas** destinadas a la interactividad. Los resultados evidencian una mayoría de tipo dialógicas sobre las que posibilitan la personalización del medio.

El protagonismo del diálogo sobre la personalización resulta hasta cierto punto predecible, porque éste se ocupa de la opinión de los usuarios como estrategia para atraer y fidelizar lectores.

Tras un conteo de los elementos interactivos, contabilizamos la presencia de 12 herramientas dialógicas que van desde los correos electrónicos de los periodistas, foros, chats hasta los espacios de comentarios al pie del texto de la noticia.

Sólo cuatro herramientas tienen como función personalizar el tamaño de la letra o compartir alguna nota a través de las redes sociales del usuario. El medio español fue el que registró mayor presencia de estas técnicas. Con frecuencia, las ubicamos dentro de la plantilla de los contenidos.

120 Consuelo Belloch, *Op.cit* , p. 4.

TÉCNICAS (Tabla comparativa)				
	DIALÓGICAS		PERSONALIZADAS	
	El País.com	El Universal.mx	El País.com	El Universal.mx
1	Redes sociales y correo electrónico del periodista	Correo electrónico del periodista y del medio	Botones para leer las diferentes versiones del diario digital	
2	Red social Eskup	Sección de "Reportero Ciudadano"	Notas relacionadas con otros medios	
3	Chat para entrevistas digitales		Botones de redes sociales para una gestión personal y comunitaria de los contenidos	
4	Blogs		Botones para personalizar el tamaño de letra y mejorar lectura o para imprimir el contenido	
5	Hipertexto			
6	Foros y Sondeos			
7	Herramientas para publicar opiniones en las secciones "Comunidad" y "Opinión"			
8	Comentarios en tiempo real sobre la lectura			
9	Comentarios destacados de las notas más leídas del día			
10	Banners para acceder a las páginas de las redes sociales del medio			

En este sentido, parecería ser que la producción y actualización constante de este medio mexicano ya no depende sólo de la agenda informativa diaria, ahora también de las necesidades de los usuarios que son expresadas mediante cada una de estas técnicas.

- Cambios en el Ecosistema Mediático

La interactividad es la característica que ha transformado la manera de comunicarse entre los periodistas y los usuarios. Este nuevo modelo de

interacción ha dado paso a un nuevo ecosistema mediático en la red denominado “Yo céntrico”, en el que ya no es el medio el que está al centro del sistema, el usuario es quien ahora ocupa ese lugar.

Durante el seminario *El webperiodismo en su laberinto*, João Canavilhas explicó que de esta forma se deja en el pasado el ecosistema **pull**, dentro del cual los usuarios iban en busca de la información como aún sucede en los medios de comunicación tradicionales.

Es así que el ciberperiodismo ha entrado en el ecosistema **push**, donde esta vez la información es quien va por los usuarios, sobre todo a través de las redes sociales que emergen como un nuevo canal.

Es un ecosistema mediático ‘push’ en el que la atención de los usuarios es disputada, la distribución de noticias por las redes sociales aumenta el número de visitas¹²¹.

En este panorama, la audiencia pasa de ser una masa a nichos con intereses distintos que buscan contenidos especializados. La responsabilidad de los cibermedios es reconocer este cambio de paradigma y dar privilegio a la personalización de la información, utilizando las redes sociales para difundir sus contenidos y ganar los clics de los usuarios.

f) *Narración Interactiva*

Uno de los conceptos más recientes que han surgido entre los estudios españoles sobre la interactividad es el de la **narración o narrativa interactiva**, entendida como una forma de escritura que de modo regular apela al lector para que responda de algún modo.

José Luis Orihuela explica que el programa de hipertexto en la interfaz interpreta las respuestas del usuario de acuerdo con los protocolos establecidos por el autor y sustituye el pasaje del texto en la pantalla por un pasaje enlazado por el autor a la respuesta que el lector ha dado.

La interacción entre las decisiones del usuario y las condiciones de navegación dispuestas por el autor, determina así la estructura de la historia resultante¹²².

Esta particular forma de escritura se ve reflejada en los contenidos que son publicados por El Universal.mx y El País.com, ya que se construyen a partir de un entramado de posibilidades que el usuario ha de activar, lo que dota de su carácter dialogante a esta narrativa.

121 João Canavilhas, Seminario *El webperiodismo en su laberinto*, <http://www.fnpi.org/index.php?id=2358> (12/07/12, 13:12pm)

122 José Luis Orihuela, *Narración y No-linealidad*, http://www.ehu.es/netart/alum0506/ainhoa_diaz/analisis2.htm (12/07/12, 14:31pm)

Y es que el lector puede elegir entre los diferentes enlaces que le ofrece el medio para acceder a nuevas pantallas y navegar dentro de los contenidos.

La narración surge entonces como una experiencia individual de lectura, no arbitraria, pero sí abierta a las decisiones del lector en el marco de las opciones previstas por el autor y representadas en el texto mediante diversas instancias narrativas tales como el sistema de navegación previsto en la interfaz de la aplicación¹²³.

Veamos los siguientes ejemplos¹²⁴ que fueron seleccionados de las versiones digitales de ambos diarios:

Diario: El País.com

Titular: *Casi como estar en el Festival de San Sebastián*¹²⁵

Ejemplo A:

The screenshot shows a news article from El País. The title is "Casi como estar en el Festival de San Sebastián" under the sub-header "REPORTAJE". The main text discusses the festival's organization and the presence of Julia Roberts. A video player for a trailer of the film "Come, Pecca, Arma" is visible. The article includes several hyperlinks to the festival's website, social media profiles, and a mobile app. A sidebar on the right features a large image of a woman and the text "58 FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN DONOSTIA ZINEMALDIA".

123 Ibidem

124 Ambas notas registraron el máximo número de hipervínculos (Ejemplo A:15 y B: 7) dentro del cuerpo del texto durante nuestra investigación.

125 http://www.elpais.com/articulo/cultura/estar/Festival/San/Sebastian/elpepucul/20100916elpepucul_4/Tes (03/09/11, 16:45pm).

Diario: El País.com

Titular: *Los líderes europeos se limitan a censurar a la comisaria de Justicia*¹²⁶

Ejemplo B:

Los líderes europeos se limitan a censurar a la comisaria de Justicia

El conflicto abierto entre Bruselas y Francia por las expulsiones de gitanos monopoliza la reunión de la UE. Francia acepta la investigación de Bruselas, pero Sarkozy y Durao Barroso han mantenido un "valiente" debate según algunos de los presentes

El conflicto abierto entre Bruselas y Francia por las expulsiones de gitanos monopoliza la reunión de la UE. Francia acepta la investigación de Bruselas, pero Sarkozy y Durao Barroso han mantenido un "valiente" debate según algunos de los presentes

El debate en Bruselas sobre la expulsión de los gitanos.

Los Veintinueve le dieron la vuelta al cárdón. No hubo rapagolvo a Nicolas Sarkozy a cuenta de las fulminantes expulsiones de gitanos de su país francés. Al término del Consejo Europeo celebrado en Bruselas, los líderes se han limitado a censurar a la comisaria de Justicia, Viviane Reding, por sus "inapropiadas" declaraciones, en las que aseguraba que nunca había pensado que tuviese "que volver a ver una situación de este tipo en Europa desde la Segunda Guerra Mundial", en referencia a la Alemania nazi. "No ha parecido fuera de lugar", ha apuntado el presidente español, José Luis Rodríguez Zapatero, quien ha pedido que se deje investigar a la Comisión y ha reclamado que se mantenga el respeto entre el Ejecutivo comunitario y los socios. Ningún país miembro se ha desmarcado de la postura común de no atizar más la polémica contra el Gobierno francés.

- Berlusconi apoya a Sarkozy en las deportaciones de gitanos
- Francia intenta sin éxito rebajar la tensión con Bruselas por las expulsiones de gitanos
- Las claves del conflicto entre la Comisión Europea y Francia por la expulsión de los gitanos romanos
- La regulación de los gitanos romanos arruina en la campaña del PP catalán
- Zapatero hace puñales a Sarkozy y critica abiertamente las palabras lapropiadas de Reding

Sarkozy ha aceptado la investigación anunciada por la Comisión para conocer por qué y cómo se han desarrollado las expulsiones, pero la reunión del Consejo ha sido muy tensa. Hasta el punto de que el primer ministro búlgaro (a cuyo país han sido devueltos algunos de los gitanos) ha asegurado que el presidente de Francia y el de la Comisión Europea, Durao Barroso, se han enzarzado en una fuerte discusión. "Tubo una disputa, por no decir una bronca", ha afirmado Boyko Borissov.

En su comparecencia ante los medios, Sarkozy no ha llegado a desmentir dicho encuentro: "Si hay alguien que ha guardado la calma y que se ha abstenido de hacer comentarios excesivos, he sido yo (...) Como me muy bien al señor Barroso y le aprecio y le he apoyado en su elección". Entiendo que se solidarice con las expresiones empleadas por la comisaria [Reding], pero no permitiré que se insulte a mi país", ha dicho el presidente galo, quien ha asegurado que ninguno de los dos ha "levantado la voz".



Diario: EL UNIVERSAL.mx

Titular: *Entérate Los grandes capos que faltan por caer*¹²⁷

Ejemplo A:

Entérate Los grandes capos que faltan por caer

Nombres como el de Joaquín 'El Chapo' Guzmán, Ismael 'El Mayo' Zambada y Juan José Esparragoza 'El Azul' siguen siendo el Talón de Aquiles de las autoridades mexicanas en materia de combate al narcotráfico

63 tweets

retweet

Share

Han caído en los últimos nueve meses "El Barbas", Arturo Beltrán Leyva, Nacho Coronel y Edgar Valdez Villarreal, "La Barbie", sin embargo, la captura de grandes capos de la droga en lo que va de la administración calderonista no ha sido suficiente para desmantelar por completo sus estructuras y forma de operar.

El desenlace del megaoperativo en el que murió el narcotraficante Ignacio "Nacho" Coronel lleva a pensar que por lo menos un célula del cártel de Sinaloa ha sido fracturada. Sin embargo, la experiencia dice que el crimen organizado encuentra pronto a un sucesor para seguir operando con normalidad.

Tales han sido los casos del cártel de los Beltrán Leyva y Arellano Félix, que con la captura de Alfredo Beltrán "El Mochomo" y la muerte de Arturo Beltrán "El Barbas", así como las detenciones de Eduardo Arellano Félix "El Doctor" y Teodoro García Simental "El Teo", respectivamente, se creían fracturados.



Sonriente La Barbie al ser presentado por PF Edgar Valdez Villarreal y sus seis cómplices serán trasladados a un penal de máxima seguridad en México, se espera que él sea repatriado a EU de donde es originario y en donde tiene cinco cargos por tráfico de drogas

Enviar por email

Reducir tamaño

Aumentar tamaño

Imprimir

126 http://www.elpais.com/articulo/internacional/lideres/europeos/limitan/censurar/comisaria/Justicia/elpepuint/20100916elpepuint_10/Tes (03/09/11, 16:45pm).

127 <http://www.eluniversal.com.mx/notas/705294.html> (13/04/11, 15:17pm)

Ejemplo B:

Cloro en albercas daña ADN de nadadores

Los desinfectantes modifica la proteína CC16, relacionada con la permeabilidad pulmonar

DDI **investa** Nadar en albercas tratadas con cloro puede generar daños a nivel genético de acuerdo con un estudio que encontró que los subproductos de desinfección (DBPs) utilizados pueden causar mutaciones permanentes en el ADN.

relewest

f Científicos del Centro de Investigación en Epidemiología Ambiental (Crea) y el Instituto de Investigación del Hospital del Mar de Barcelona (IIMM) encontraron que la reacción de los desinfectantes y la materia orgánica, que aparece de forma natural o bien es producida por los propios nadadores a través del sudor, las células de la piel y la orina, afecta a los pulmones.

Los desinfectantes modifica la proteína CC16, relacionada con la permeabilidad pulmonar; publicó el diario 20 minutos.es.

El estudio señala el aumento de los niveles de dos biomarcadores de genotoxicidad con la concentración más común de DBPs en el aire expirado después de nadar, y asegura que se descubrieron aumentos de un biomarcador predictor del riesgo de cáncer.

Además, y tras medir la exhalación de los individuos antes y después de nadar, los investigadores hallaron cambios en un biomarcador, un ligero aumento en la proteína CC16, lo que sugiere un aumento de la permeabilidad del epitelio pulmonar.

¿Cómo prevenir el daño?

Los investigadores reconocieron que nadar es una actividad benéfica para la salud por lo que recomendaron utilizar menos desinfectante en las albercas.

Para evitar que aumente la cantidad de materia orgánica en las albercas se recomienda tomar un baño antes de nadar, utilizar gorro de baño, evitar orinar en las piscinas y realizar un mantenimiento adecuado.

El estudio está en una fase inicial de análisis y se necesitan datos a largo plazo, aunque encontró más de 100 DBPs en el agua de las piscinas, algunos cuya presencia ya había sido descrita con anterioridad en agua potable tratado con cloro.

Los investigadores indican que el agua de la piscina es mutagénica, aunque es más citotóxica -puede matar células en concentraciones bajas-.

Los científicos aseguran que para contrastar estos datos son necesarias más investigaciones sobre los efectos de exposiciones de larga duración, y no solo 40 minutos, así como experimentos en los que participen más nadadores.

Investigadores del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (Csic), el Hospital Clínic de Barcelona y la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), junto con científicos de Estados Unidos, Alemania y Holanda también participaron en el estudio, que se publicó en la revista *Environmental Health Perspectives*.

Leer estudio original (en inglés) [Environmental Health Perspectives](#)

PREVENCIÓN: Se recomienda tomar un baño antes de nadar, utilizar gorro de baño, evitar orinar en las piscinas y realizar un mantenimiento adecuado (Foto: Especial)

Enviar por email Reducir tamaño Aumentar tamaño Imprimir

Notas Relacionadas

- Traumas pueden modificar genes 2010-05-08
- Crean bebés perfectos con dos mamás y un papá 2010-04-15
- Descubren cómo tabaco daña al ADN 2010-02-22
- Indagan ADN canino para evitar epidemias 2010-01-18

En ambos ejemplos observamos nuevos procesos creativos de escritura que el periodista utiliza para interactuar con el usuario. La convergencia de sustancias expresivas multimedia; en este caso, **los hipervínculos resaltados en color azul**, dan paso a nuevas rutas de lectura que funcionan a base de relaciones, ya no más linealmente.

Se reduce así la complejidad en la contextualización de la información, como sucede en el primer ejemplo sobre los narcotraficantes mexicanos que aún siguen libres. El contenido permite una participación directa y activa en la lectura, ya que las ligas dirigen a notas que detallan la situación actual de cada capo. Así el orden, la duración y los contenidos son cambiantes, a decisión del usuario. El Universal.mx rompe con la participación pasiva, con un orden de lectura inamovible.

Y es que una de las áreas más estimulantes de este tipo de navegación es que el usuario puede acceder al contenido desde cualquier punto, como sucede en estos ejemplos, donde el lector puede seguir cualquier dirección y retornar a puntos incluso ya recorridos, como sitios fuera del mismo cibermedio.

Todas las direcciones son equivalentes, el espectáculo se convierte en la exploración de un territorio, en viaje a un espacio de datos [...] Nosotros nos distraemos en un espacio de ideas, en un mundo de pensamientos y de imágenes tal como aquel que existe en el cerebro y no en el proyecto de un urbanista¹²⁹.

Arindo Machado detalla en *El advenimiento de los medios interactivos* que el texto-verbo-audiovisual ya no es más la marca del periodista sino un campo de “posibles” dentro del cual el sujeto anunciador sólo provee el contenido y el usuario realiza parte de sus posibilidades.

Esta nueva narrativa, explica el investigador argentino, se ve restringida a tres variantes que son **frecuencia**, las posibilidades que ofrece la información para trabajarla bajo esta potencialidad expresiva; **extensión**, cuántas elecciones pueden estar disponibles dentro del contenido, y **significancia**, con qué intensidad las posibilidad realmente alteran el rumbo de la lectura.

Cuando un usuario moderno se coloca delante de la pantalla de una computadora y se pone a navegar por las “páginas” de información, recorriendo un camino singular dentro del inmenso laberinto de las equiprobabilidades del banco de texto, él está en cierto sentido materializando (pero también banalizando) el sueño [...] de una escritura en continua expansión y en permanente metamorfosis, gracias a las propiedades combinatorias del sistema¹³⁰.

Estos resultados permiten determinar las tendencias latentes en ambos diarios, en materia de organización de recursos hipertextuales y el manejo de contenidos multimedia.

Hallamos que estos sitios web valoran altamente su nivel de actualización y la generación de contenidos de corta extensión, sobre todo para las noticias de última hora a las que relacionan mediante hipervínculos; por el contrario, la creación de productos multimedia suele tener un lugar de menor importancia, al igual que géneros como el reportaje y la crónica. Esta situación la atribuimos en gran medida a la falta de capacitación de los periodistas y editores en el manejo de estas herramientas.

La presencia de la interactividad con foros y redes sociales no es grande, pero está creciendo rápido.

129 Bill Viola, “Y aura-t-il copropriété dans l’espace des données”, *Communications*, N° 48, p. 71.

130 Arindo Machado, *Óp. Cit.*, p.3.

CAPÍTULO V

5. CIBERREDACCIÓN PERIODÍSTICA EL PERIODISMO EN LA RED ENCUENTRA SU PROPIA EXPRESIÓN

Es un hecho comprobable que un medio en construcción, como lo es Internet, muestra necesariamente una combinación de estilos diferentes, buenos o malos, conforme va desarrollando las bases para su redacción.

Escribir para la Web significa, en gran parte, regresar a dos de las bases del oficio periodístico: la buena redacción y la buena edición. El resto, definitivamente una menor proporción, está determinado por las particularidades de este nuevo medio¹³¹.

Es así que nos dimos a la tarea de analizar en este capítulo el estilo en El Universal.mx y El País.com¹³², porque su estudio también implica investigar y explorar su lenguaje, reglas y estructuras discursivas, con el objetivo de aprovechar al máximo sus ventajas y minimizar sus desventajas.

Analizaremos primero la configuración del mensaje ciberperiodístico, donde destacan conceptos como “redacción por capas” o “longitud de los contenidos”. A continuación estudiaremos la producción en este ambiente digital de titulares, sus tipos y funciones, para finalmente abundar en la construcción de los cibergéneros periodísticos.

Este nuevo periodismo cuenta con su propio canal: Internet, y soporte: la pantalla de un ordenador, sus propias características, así como sus propias ventajas e inconvenientes. [...] Estas peculiaridades son las que han propiciado la aparición de una nueva redacción periodística para medios on-line, de un nuevo lenguaje para Internet, y de unos nuevos hábitos de lectura¹³³.

No perdamos de vista que el periodismo en Internet se convierte cada vez más en un generador constante de técnicas lingüísticas y estilísticas, sobre todo si tomamos en cuenta que este nuevo lenguaje debe ser siempre hipertextual, interactivo y multimedia.

5.1 Configuración del mensaje ciberperiodístico

José Luis Orihuela, en su artículo “La auténtica gramática de la Web”, señala que para saber leer y escribir un mensaje periodístico digital, el primer concepto que el periodista debe manejar es el de “enunciado digital”, mezcla entre texto e hipertexto, lo que da como resultado un documento digital compuesto por

131 Guillermo Franco, *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'on-line'*, p. 18.

132 Hasta ahora hemos estudiado la organización del discurso en estructuras hipertextuales, sin prácticamente límites de espacio o tiempo (**hipertextualidad**); la integración de diferentes morfologías para presentar la información, como textos, imágenes y sonidos (**multimedialidad**), además de las posibilidades de participación que ofrece para los usuarios (**interactividad**).

133 Inma Martín Herrera, *Ciberredacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio*, p. 25.

unidades de información (nodos) articuladas entre sí mediante órdenes de programación (enlaces). Se trata de experiencias sugeridas por el autor, pero activadas por el lector tras cada clic. Este lenguaje, que permite nuevas formas de narrar, es la auténtica gramática de la Web.

A partir de aquí, el enunciado digital se construye mediante la utilización del hipertexto desde su dimensión semántica, definida como la aportación de referencia y contexto a los términos enlazados.

Al programar enlaces de hipertexto en un documento digital, mucho más que establecer arquitecturas de información, se definen contextos y contrastes documentales y semánticos¹³⁴.

Durante el presente estudio, encontramos que la hipertextualidad amplía la contextualización de la información sin un límite establecido. Con el uso de enlaces, esta característica propia de la web, transforma los documentos digitales en mapas y a los usuarios en navegantes.

***Uso del enunciado digital en una nota informativa.**

Ejemplo tomado de El Universal.mx (2010).

En este proceso de composición, denominado por la comunidad de investigadores como “redacción por capas o estratificación de la información¹³⁵”, el autor o editor puede crear cuantos estratos de información quiera sobre un mismo tema. Cada página puede ser breve y los materiales se enlazan mediante el hipertexto.

Entérate Los grandes capos que faltan por caer

Nombres como el de Joaquín 'El Chapo' Guzmán, Ismael 'El Mayo' Zambada y Juan José Esparragoza 'El Azul' siguen siendo el Talón de Aquiles de las autoridades mexicanas en materia de combate al narcotráfico

Han caído en los últimos nueve meses 'El Barbas', Arturo Beltrán Leyva, Nacho Coronel y Edgar Valdez Villarreal, 'La Barbie', sin embargo, la captura de grandes capos de la droga en lo que va de la administración calderonista no ha sido suficiente para desmantelar por completo sus estructuras y forma de operar.



El desenlace del megoperativo en el que murió el narcotraficante Ignacio 'Nacho' Coronel lleva a pensar que por lo menos un cártel del cártel de Sinaloa ha sido fracturado. Sin embargo, la experiencia dice que al crimen organizado encuentra pronto a un sucesor para seguir operando con normalidad.

Sonriente La Barbie al ser presentado por PF Edgar Valdez Villarreal y sus seis cómplices serán trasladados a un penal de máxima seguridad en México; se espera que si sea repatriado a EU de donde es originario y en donde tiene cinco cargos por tráfico de drogas

Tales han sido los casos del cártel de los Beltrán Leyva y Arellano Félix, que con la captura de Alfredo Beltrán 'El Mechomo' y la muerte de Arturo Beltrán 'El Barbas', así como las detenciones de Eduardo Arellano Félix 'El Doctor' y Teodoro García Simental 'El Teo', respectivamente, se creían fracturados.



REDACCIÓN POR CAPAS



Información de contexto larga y detallada puede ser relegada a páginas secundarias; similarmente, información de interés de una minoría de lectores puede ser ofrecida a través de un enlace sin castigar a aquellos lectores que no la desean¹³⁶.

***Redacción por capas en el periodismo digital**

Ejemplos tomados de El País.com (2010).

134 José Luis Orihuela, *La auténtica gramática de la Web*, p. 1.

135 Ver también “Hipertextualidad”, en Capítulo I “Ciberperiodismo”.

136 Guillermo Franco, *Óp. Cit.*, p. 66.

De esta forma, dice Guillermo Franco, es posible enlazar materiales de contexto completos y construir círculos de enlaces a múltiples tratamientos de un tema. Géneros como la nota informativa quedan descompuestos en varias unidades textuales e infográficas de sentido pleno, distribuidas en diversas pantallas o nodos, enlazadas en función de su contenido.

Urdaneta explica que el ciberperiodista renuncia a la idea de una estructura cerrada y apuesta entonces por un concepto de elementos interconectados a través del hipertexto, cuyas partes vendrían dictadas por el acontecimiento informativo en cada caso.

En su texto *De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital*, Salaverría hace también referencia a esta forma de estructurar la información y lo denomina “Célula Informativa”.

Puntualiza que los periodistas o redactores, inmersos en un medio digital, antes de producir un texto deben ahora discernir entre la información de última hora y la *información documental contextualizadora*. Es el hecho noticioso, escribe, el que debe configurar la estructura textual de la noticia y no a la inversa.

Deben diferenciar entre la explicación de datos, la descripción de lugares y el relato de acontecimientos; deben identificar con qué soporte –textual, gráfico o sonoro– se informa mejor sobre cada uno de los aspectos de la noticia¹³⁷.

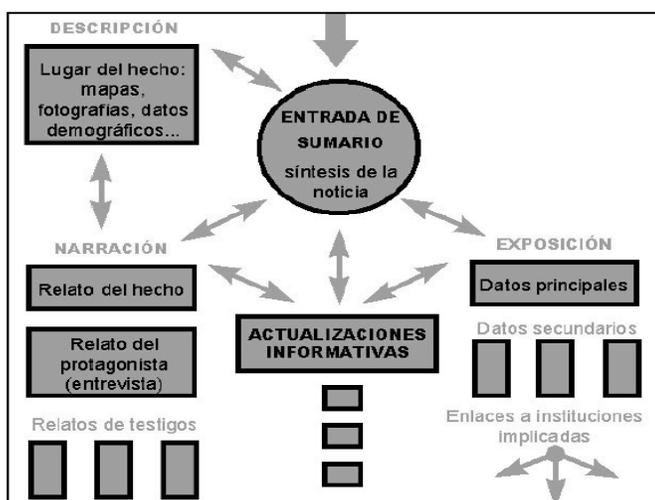
Para el teórico español, los nuevos modos de estructurar la información en entornos hipertextuales, se dividen en cuatro posibles tipos compositivos, que son las modalidades básicas de la enunciación: *narración, descripción, exposición y argumentación*.

A través de ellos se consigue descomponer los géneros periodísticos tradicionales en conjuntos orgánicos enlazados mediante el hipertexto y, de esta forma, el lector podrá armar su propio plato informativo con los ingredientes que deseé, en el orden y cantidad que prefiera.

Este proceso de redacción ya se utiliza en diarios como *El Universal.mx*, donde los redactores de la versión digital escriben breves piezas autónomas sobre un hecho –resúmenes, perfiles, ampliaciones documentales– y las unen mediante enlaces hipertextuales, así crean un mensaje periodístico a través de la suma de piezas informativas independientes.

137 Ramón Salaverría, *De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital*, p. 14.

Modelo de la Célula Informativa



***Estructura del cibertexto periodístico.** Tomado *De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital.*

- Longitud de textos en el periodismo digital

La experiencia del usuario en un sitio de Internet, menciona Franco, se ve afectada por la forma en que están presentados los textos y enumera una serie de aspectos que deben tomarse en cuenta para decidir sobre la longitud de un cibertexto:

1. los textos deben ser concisos (bien editados, más cortos);
2. los usuarios prefieren contenidos que no utilicen lenguaje promocional o de mercadeo;
3. la utilización del diseño escaneable (en este caso, el uso de listado para romper la uniformidad).

Si el autor/editor quiere sacar máximo provecho del medio, este debe propender por entregar el máximo de información en el mínimo de palabras. Tomando declaraciones de (Crawford) Kilian, cada oración, cada frase, cada palabra tiene que luchar por su vida¹³⁸.

El investigador estadounidense también recomienda escribir de forma más breve para Internet, debido al cansancio que resulta leer en las pantallas de las computadoras. "La forma de estructurar los textos en Internet está determinada más por razones funcionales que por simples razones estéticas¹³⁹."

138 Guillermo Franco, *Óp. Cit.*, p. 62.

139 *Ibidem*.

Esta afirmación se ve reforzada por investigaciones como la del *Eyetrack III*¹⁴⁰, la cual reveló que las historias con párrafos cortos recibían el doble de atención visual que aquellos con párrafos largos.

Al estudio se suman investigadores como Crawford Kilian, autor del libro *Writing for the Web*, quien propone la división de la información en segmentos que no tengan más de 100 palabras, con el objetivo de que cada una dentro de un segmento sea visible en un pantallazo.

También encontramos el trabajo *Long Vs. Short Articles as Content Strategy* de Jakob Nielsen y que fue publicado en 2007. El investigador señala que si bien un texto largo puede contener más información, en la red tomaría demasiado tiempo su lectura y provocaría que los usuarios lo abandonaran en busca de contenidos breves.

Nielsen explica que el 79 por ciento de la gente revisa por encima las páginas y sólo 16 por ciento lo hace palabra por palabra. La relación costo-beneficio, añade, se vincula a la cantidad de tiempo que tome leer el artículo¹⁴¹:

140 *Eyetrack III* fue realizada en 2004 por el Poynter Institute, centro de investigación y educación en periodismo con sede en Florida (Estados Unidos), junto con el Estlow Center for Journalism & News Media y la firma Eyetools. La investigación midió la atención visual que recibían los párrafos de acuerdo con su longitud.

141 Jakob Nielsen, *Long vs. Short Articles as Content Strategy*, p.1.

Los nueve detenidos de Ekin ayudaban a los etarras huidos a integrarse en ETA en Francia

- En primera instancia se les acusó de haber actuado en ETA, un movimiento que la justicia del momento e interpretó como un intento de ser operativos en el interior de Francia en favor de la causa etarra.
- El juez de instrucción de París, Jean-Louis Bruguière, les acusó de haber actuado en favor de ETA.
- Los nueve detenidos fueron acusados de haber actuado en favor de ETA.

PARÍS Los nueve detenidos en el marco de la operación "Ekin" en Francia, un movimiento que la justicia del momento e interpretó como un intento de ser operativos en el interior de Francia en favor de la causa etarra, se les acusó de haber actuado en favor de ETA.

En un comunicado, el Departamento de Justicia de Francia anunció que los nueve detenidos en el marco de la operación "Ekin" en Francia, un movimiento que la justicia del momento e interpretó como un intento de ser operativos en el interior de Francia en favor de la causa etarra, se les acusó de haber actuado en favor de ETA.

Los nueve detenidos en el marco de la operación "Ekin" en Francia, un movimiento que la justicia del momento e interpretó como un intento de ser operativos en el interior de Francia en favor de la causa etarra, se les acusó de haber actuado en favor de ETA.

Los nueve detenidos en el marco de la operación "Ekin" en Francia, un movimiento que la justicia del momento e interpretó como un intento de ser operativos en el interior de Francia en favor de la causa etarra, se les acusó de haber actuado en favor de ETA.

Los nueve detenidos en el marco de la operación "Ekin" en Francia, un movimiento que la justicia del momento e interpretó como un intento de ser operativos en el interior de Francia en favor de la causa etarra, se les acusó de haber actuado en favor de ETA.

Los nueve detenidos en el marco de la operación "Ekin" en Francia, un movimiento que la justicia del momento e interpretó como un intento de ser operativos en el interior de Francia en favor de la causa etarra, se les acusó de haber actuado en favor de ETA.



Cierran Metro Zócalo por operativo

El Metro del Zócalo en la Ciudad de México se cerró por un operativo de mantenimiento.



El Metro del Zócalo en la Ciudad de México se cerró por un operativo de mantenimiento.



El Metro del Zócalo en la Ciudad de México se cerró por un operativo de mantenimiento.



El Metro del Zócalo en la Ciudad de México se cerró por un operativo de mantenimiento.

Artículos largos: 1,000 palabras. Su lectura toma 5 minutos, también asumiendo 200 palabras por minuto

Artículos cortos: 600 palabras. Su lectura toma 3 minutos, asumiendo 200 palabras por minutos.

***Observe la diferencia entre la extensión de los textos publicados en Internet Ejemplos tomados de El País.com y El Universal.mx (2010).**

- Producción de titulares

Hasta hace algunos años, muchos de los diarios digitales de la región, como El País.com y El Universal.mx, utilizaban el modelo clásico de titulación heredado de los medios impresos, que sólo significaba repetición de información. Franco señala que esta situación ha evolucionado a partir de los últimos cinco años hacia un manejo más eficiente de los titulares.

Los titulares en ambos medios hoy en día comparten características similares: en su mayoría son informativos y poseen un discurso descriptivo o narrativo, así como entradas de citas de forma directa o indirecta.

Nuestro estudio revela que los dos diarios digitales continúan cumpliendo sus funciones generales en lo que a titulares se refiere: llevan consigo la síntesis del contenido, realzan lo interesante de los datos y muestran la interpretación que el medio hace de los acontecimientos.

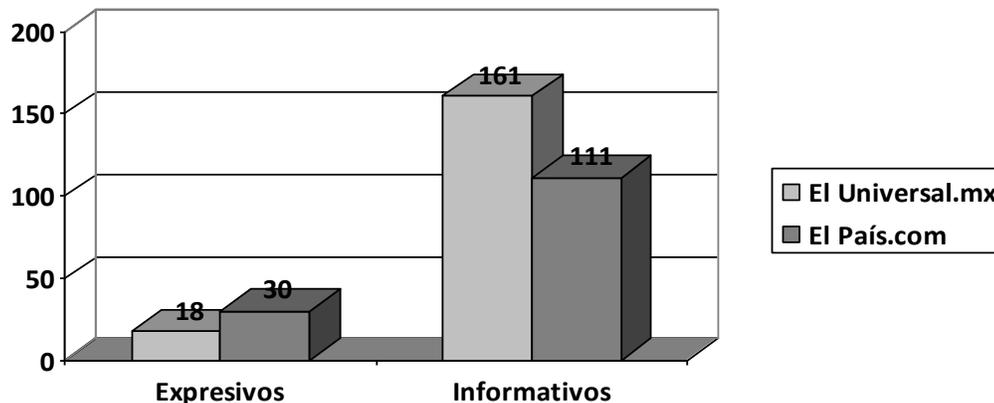
a) Función del titular

Al realizar nuestro análisis, encontramos que la principal función de los titulares en Internet es la informativa, la encontramos cinco veces más sobre otras como la expresiva.

Retomamos lo dicho por Nielsen sobre el bajo porcentaje de usuarios que leen palabra por palabra, para mencionar que esta tendencia de titulares informativos responde al objetivo que tienen los medios digitales de brindar al lector la información que necesita y despertar su curiosidad para continuar la lectura.

De los 320 titulares que analizamos, 272 cumplen la función informativa, lo que representa más del 85 por ciento. En contraste, sólo 48 corresponden a la expresiva, es decir, el 15 por ciento.

FUNCIÓN DEL TITULAR



De acuerdo con Elizabeth Guízar, en su trabajo *Los titulares en la prensa mexicana del siglo XX. Estudio del diario El Universal*, la función informativa permite advertir el cambio o la transformación en el hecho noticioso. No sólo se presenta la novedad, sino que también es posible destacar otro ángulo de la información en el mismo enunciado.

Esta clase de titulares permite identificar al sujeto de la acción, la acción y las circunstancias en que ocurren los hechos noticiosos. En ellos se indica lo nuevo o lo no informado de la noticia, hasta ese momento, o se aborda ésta desde otro punto de vista¹⁴².

A continuación, presentamos ejemplos de titulares con funciones informativa y expresiva que forman parte de este estudio:

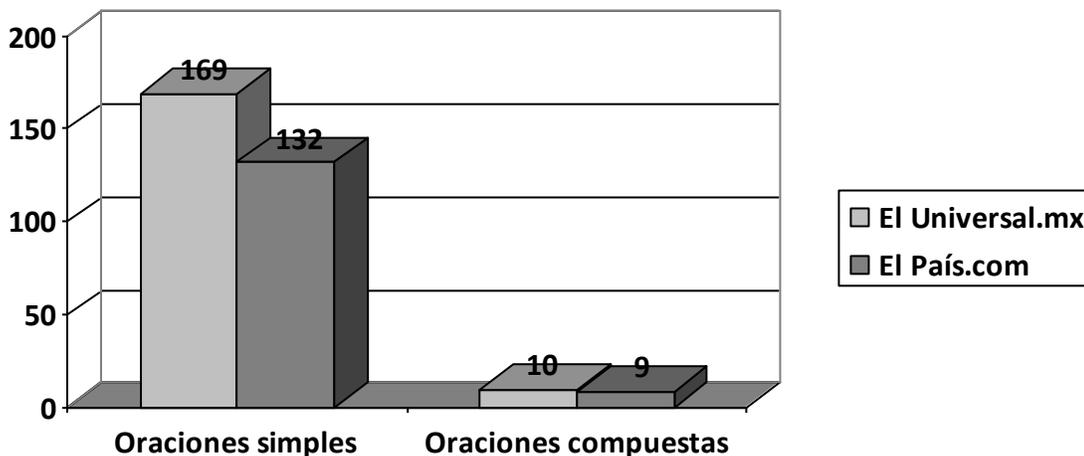


***Funciones expresiva e informativa, respectivamente.**
 Ejemplos tomados de El País.com y El Universal.mx (2010).

b) Tipo de oración

La titulación en ambos diarios destaca por el uso de oraciones simples; éstas aparecen quince veces más que las compuestas. De los 320 titulares analizados, 301 son oraciones simples, lo que representa más del 91 por ciento, y sólo 19 resultaron ser oraciones compuestas, menos del 6 por ciento del corpus.

TIPO DE ORACIÓN



142 Elizabeth Guízar, *Los titulares en la prensa mexicana del siglo XX. Estudio del diario El Universal*, p. 124.

En la mayoría de los casos, destaca el uso de unidades gramaticales completas: oraciones con sujeto, verbo y complementos, y elimina la utilización de nexos; la velocidad de escaneo por parte de los lectores y la publicación en tiempo real han obligado a suprimirlos.

Es importante destacar que 173 titulares están contruidos bajo el relato de palabras y 128 con el relato de acciones. Éstos son ejemplos de oraciones simples y compuestas que hallamos durante la investigación:



***Oraciones compuesta y simple, respectivamente.**

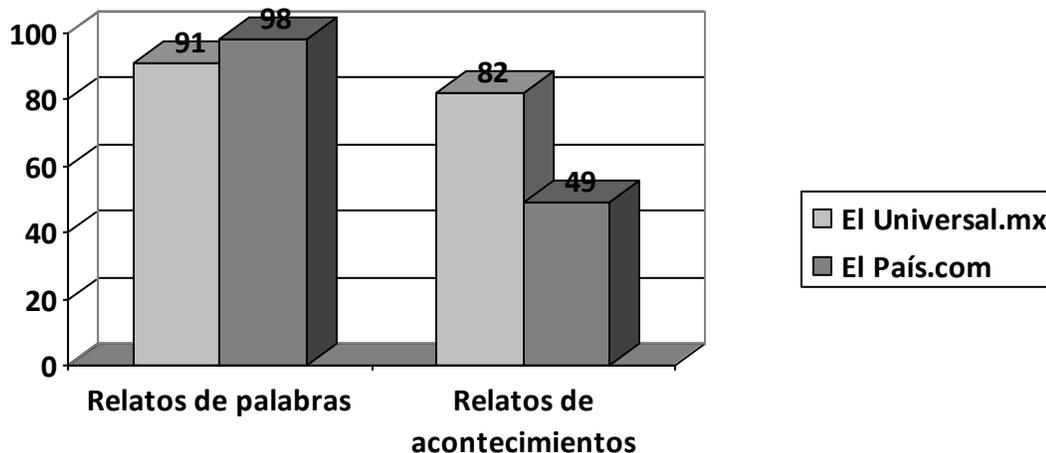
Ejemplos tomados de El País.com y El Universal.mx (2010).

c) Tipo de titular

Los resultados del análisis también arrojaron que ambos diarios privilegian, al construir sus titulares, las declaraciones de los protagonistas del hecho noticioso, es decir, el relato de palabras. El uso de este relato tuvo 189 apariciones, lo que representa el 59 por ciento del corpus.

Guízar señala que este tipo de enunciados son producto de la declaración de algún personaje, “todas aquellas palabras que pronuncian otros y que se retoman para distintos fines: ejemplificar, argumentar, explicar o dar credibilidad a un nuevo discurso, como ocurre en el caso del periodismo”¹⁴³.

TIPO DE TITULAR



Caso contrario sucede con el relato de acontecimientos que en los titulares sólo tuvo 131 apariciones, el 43 por ciento del total. Es importante resaltar que esta

¹⁴³ *Ibidem*.

clase de encabezados aparecía con frecuencia en noticias que contaban con la presencia directa del periodista, en los que se destacaba la actividad y no al protagonista.

Esta clase de relatos corresponden a lo que la académica de la Universidad Nacional Autónoma de México, Lourdes Romero, llama *periodismo informativo*, el cual “se nutre de hechos y no de comentarios. Es el relato de acontecimientos con una gran gama de especialidades que dan origen a lo que llamamos géneros periodísticos informativos”¹⁴⁴.

Mostraremos en seguida ejemplos de titulares construidos a partir de estos relatos y que extraemos de los diarios analizados:

Avión con 47 pasajeros se desploma en Venezuela
El avión de la aerolínea estatal Conviasa, cubrió la ruta entre Porlamar (Isla de Margarita) y Ciudad Guayana

BALONCESTO | MUNDIAL DE TURQUÍA
"De ser los mejores a unos perros"
El técnico de la selección española, Scolari, y los jugadores se lamentan por el sexto puesto otorgado en el Mundial

***Relato de acontecimientos y de palabras, respectivamente.**
Ejemplos tomados de El País.com y El Universal.mx (2010).

- Dos modelos de titulación

Inmerso en este proceso de cambios, Guillermo Franco encuentra dos modelos de titulación que han alcanzado un grado alto de popularidad en los medios digitales:

- **Estructura externa a la pirámide invertida.** El título y el sumario ofrecen, en esencia, la misma información, pero con algunos elementos adicionales nuevos. Recomienda en este tipo de casos no repetir las mismas palabras en el título y sumario, sobre todo las iniciales.
- **Diferenciado tipográficamente.** Consiste en destacar la primera frase del primer párrafo del texto escrito con la estructura de pirámide invertida, lo que la convierte en lo que gráficamente se identificará como título.

Esta técnica busca evitar repeticiones, ya que significa la eliminación del antetítulo, el título y el sumario tal como están concebidos para publicaciones impresas, como entidades externas al texto.

Los **intertítulos** se escriben bajo las mismas pautas para escribir títulos, en alguna de sus dos modalidades, como entidad externa al subtema o parte del bloque temático.

Divida el texto en temas e identifique cada uno de ellos con un intertítulo. Este intertítulo debe ser una frase con sentido completo, que le diga al lector qué puede encontrar en los párrafos que siguen. Recuerde que no tiene la restricción de ancho de columna que tiene un periódico, que normalmente lo

144 María de Lourdes Romero Álvarez, *La realidad construida en el periodismo*, p. 166.

obliga a convertir los intertítulos en palabras sueltas, muchas veces sin sentido¹⁴⁵.

Este manejo en los contenidos digitales demanda más tiempo, pero recompensa al usuario mediante la no repetición de la información. Recordemos que en una *lectura escáner*¹⁴⁶, los lectores caerán en los intertítulos y seleccionarán los bloques de texto que les llamen la atención.

d) Recursos utilizados en la producción de titulares digitales

De entre los recursos que forman parte de la producción de titulares en los diarios digitales, ya sea para resaltar o economizar palabras, destacan los siguientes:

- Dos puntos

Políticos, mezquinos y soberbios:
Bejarano

***Ejemplo del uso de los dos puntos en los encabezados digitales.**
Tomado de El País (2010).

Además de que reducen el número de palabras en los títulos, con frecuencia son utilizados para destacar las palabras significativas, lo que sirve para retener la atención del usuario.

En términos de Internet, los dos puntos hacen el papel irregular de la preposición, que permite recargar a mano izquierda las palabras portadoras de información¹⁴⁷.

También los dos puntos sirven para presentar el tema del que se va a hablar.

- Palabras que no funcionan para iniciar títulos

La policía mata a 15 personas en una
protesta contra India en Cachemira

* Las marchas contra la quema del Dorin se convierten en una revuelta contra el Gobierno de Delhi.

***Uso de artículos en los encabezados digitales.**
Tomado de El País (2010).

Franco recomienda no emplear artículos (el, la, los, las, un, uno, unos, una, unas...) en los títulos, sobre todo porque los listados de los buscadores en Internet están organizados alfabéticamente, y de iniciar con un artículo, el texto será incluido bajo la “E”, “L” o “U”, dejando de lado la palabra clave del tema.

145 Guillermo Franco, *Óp.Cit.*, p. 100.

146 De acuerdo con estudios relacionados por Jakob Nielsen, como el Eye Track, implementó el término de “lectura escáner” para referirse al comportamiento más frecuente entre los lectores de los diarios digitales, quienes hojean el texto, escogen oraciones y párrafos de su interés, mientras saltan aquellas partes del texto que les importan menos. La proporción de usuarios que leen palabra por palabra es menor.

147 Guillermo Franco, *Óp.Cit.*, p. 100.

También sugiere no emplear expresiones de enlace (además, a saber, sin embargo, al menos, al parecer, a pesar de eso, no obstante...) porque resta fuerza a las frases o párrafos.

5.2. Cómo se construyen los cibergéneros periodísticos

Salaverría escribe que los géneros ciberperiodísticos se caracterizan por amalgamar dos lenguajes antes conocidos y pertenecientes a los medios impresos y audiovisuales, a los que se suma uno más: el dialógico, que consiste en la interactividad entre los usuarios y el medio.

A continuación, presentamos las definiciones y estructuras que, de acuerdo con nuestro análisis, han adoptado en Internet los géneros informativos e interpretativos, como nota informativa, entrevista, crónica y reportaje.

I. NOTA INFORMATIVA

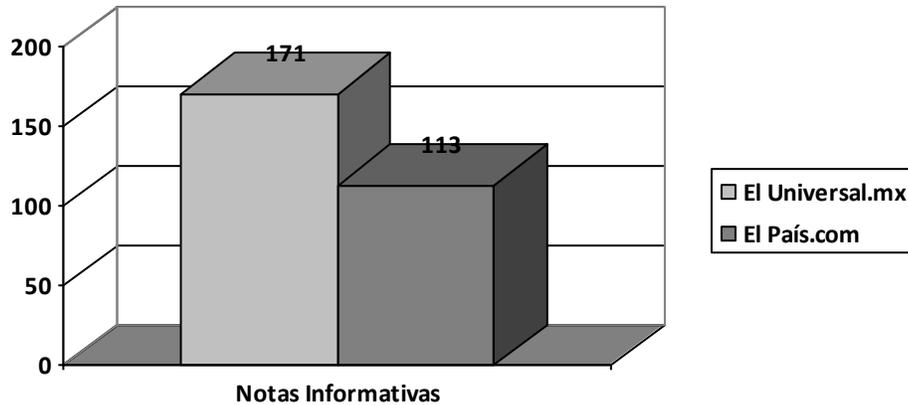
En el ciberespacio, este género en particular continúa siendo veraz, inmediato y oportuno, características que durante años lo han posicionado en el lugar más relevante de los medios impresos; sin embargo, dejó de ser un contenido breve.

Sus nuevas características le permiten no restringir la presentación de los datos sólo al texto; ahora también se vale de nuevos recursos como videos, audios y fotografías para difundir la información. El límite en el espacio, condicionante en medios impresos, en la Web no existe más.

Estas particularidades la han convertido en el género más utilizado por los ciberperiodistas debido a la facilidad que representa en el manejo de datos, así también en el más asequible por los usuarios, ya que les permite elegir la profundidad a la que quieren llegar con el uso de la hipertextualidad.

La nota informativa ha cobrado tal grado de protagonismo en los diarios digitales que compite en tiempo real con la televisión y la radio. Así lo confirman los resultados de nuestro análisis, en los que este género tuvo mayor presencia en ambos medios sobre otros como el reportaje o la entrevista.

Tan solo de los 179 textos que analizamos en El Universal.mx, 171 resultaron ser notas informativas, lo que representa más del 95% de la muestra. Este escenario se repite en El País.com, donde encontramos 113 entre los 141 contenidos analizados, esto es un 80% del *corpus* del medio español.



La nota informativa es el género ciberperiodístico más estudiado por la comunidad de investigadores debido a su popularidad en los medios digitales, así lo revelan los numerosos hallazgos que presentamos a continuación. Estos resultados contrastan con la taxonomía del resto de los formatos que siguen siendo un pendiente y que exigen mayores esfuerzos para su análisis.

- Elementos que integran la nota informativa

Con base en nuestro análisis, identificamos que los principales elementos que integran las notas informativas son los siguientes:

a) **Cabeza hipertextual o título-enlace.** En el home o portal del medio, los titulares también funcionan como enlaces para desplegar el texto en un nodo secundario.

Título-enlace hipertextual en portal del diario



- b) **Cabeza de la nota.** Resume el hecho noticioso, busca atraer la atención del lector.
- c) **Datación.** Hora, fecha y lugar donde sucede el hecho noticioso. Este dato resulta de gran importancia en la Web ya que el redactor desconoce si el usuario leerá el texto en tiempo real o días, semanas o meses después. Las palabras “hoy”, “ayer” o “mañana” son poco utilizadas en las redacciones digitales.
- d) **Sumario.** Completa al titular e invita al usuario para dar clic en la cabeza o iniciar la lectura del texto.

- e) **Entrada.** Se trata del primer párrafo y da a conocer lo más sobresaliente del hecho.
- f) **Cuerpo y enlaces contextuales.** Consiste en los párrafos subsecuentes y que describen el hecho noticioso; se redacta, por lo general, en orden decreciente de importancia. Se debe tomar en cuenta la inclusión de enlaces hipertextuales que dirijan al lector a otros nodos con notas relacionadas, fuentes documentales o elementos multimedia que le brinden mayor contexto a lo descrito en el texto.
- g) **Remate.** Es el último párrafo del texto; con frecuencia, guarda un dato secundario que sirve para la conclusión de la información difundida.

The image shows a screenshot of a news article from El Universal.mx. The article title is "Cecilia Romero sale de Migración". The article text is annotated with labels and arrows pointing to specific parts:

- Cabeza de la nota:** Points to the headline "Cecilia Romero sale de Migración".
- Sumario:** Points to the first line of the article: "La funcionaria fue notificada que sería removida, por lo que elaboró una carta de despedida para sus colaboradores; en el último mes su posición en el cargo se vio debilitada por la masacre de 72 migrantes en Tamaulipas".
- Datación:** Points to the date: "Miércoles 14 de septiembre de 2010".
- Entrada:** Points to the first paragraph: "El gobierno federal confirmó que Cecilia Romero dejó a partir de hoy el cargo como comisionada del Instituto Nacional de Migración (INM) luego de la masacre de 72 migrantes de distintas nacionalidades en el estado de Tamaulipas".
- Cuerpo:** Points to the subsequent paragraphs: "De acuerdo con fuentes gubernamentales, Romero fue notificada este lunes que sería removida de esa posición, por lo que la funcionaria elaboró una carta de despedida que circuló de manera interna en el INM por el sistema de intranet. En el texto, Romero agradeció el 'trabajo, salud, apoyo y consejos' de sus colaboradores, con quienes se reunió por la mañana para revisar temas pendientes de la agenda migratoria y los exhortó a seguir adelante porque dicha labor no es una moda y parte de una época, sino de una institución, las cuales perduran por encima de las personas. En agosto pasado un inmigrante de origen ecuatoriano acudió a una pasarela naval para denunciar la agitación de personas en un barco anclado en el estado de Tamaulipas, hecho que permitió conocer la noticia de 72 víctimas que habían caído abatidas presuntamente a manos de los Zetas. Funcionarios federales definirán en las próximas horas la vía institucional para dar a conocer el cese de Romero, el cual puede formalizarse en Los Pinos o la Secretaría de Gobernación (Segob)."
- Remate:** Points to the final paragraph: "Funcionarios federales definirán en las próximas horas la vía institucional para dar a conocer el cese de Romero, el cual puede formalizarse en Los Pinos o la Secretaría de Gobernación (Segob)."

Ejemplos tomados de El Universal.mx (2010).

- Uso de la pirámide invertida vertical

La pirámide invertida vertical es la estructura más común para escribir la nota informativa, se compone de una entrada o lead, —un primer párrafo con las respuestas a las preguntas: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué— y el cuerpo —un párrafo de contexto, el desarrollo de los datos— y la conclusión o remate de la nota.

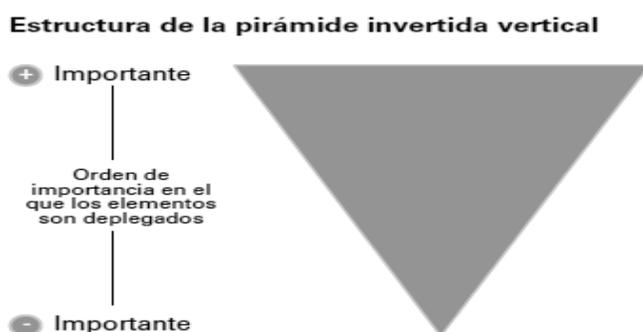
Joyceleine Urdaneta, en su artículo “Modelo piramidal no lineal y Redacción en cibermedios”, se apoya en los trabajos de Nielsen, para lanzar una propuesta sobre la escritura periodística en Internet, que consiste en separar la escritura en “pequeñas y coherentes piezas”, cada una debe estar estructurada en varias pirámides invertidas, “aunque se corre el riesgo de que el trabajo entero sea visto

como un juego de pirámides flotantes en el ciberespacio, y no como un tradicional artículo”¹⁴⁸.

Su propuesta parte de la idea de que el ciberperiodismo es diferente al que se realiza en medios impresos, por ejemplo, donde la narración es lineal. En la red, con el hipertexto, dice, existe la posibilidad de romper con ese estilo y saltar de un lado a otro, a partir de la escritura de espacios entrelazados.

Franco añade que el utilizar la pirámide invertida vertical ayuda a definir las palabras clave, que serán tomadas por los motores de búsqueda, como Google.

El ejercicio de jerarquización que se realiza cuando se construye la pirámide invertida, si es correctamente hecho, termina colocando lo más cerca posible las palabras que definen de qué es el texto, sobre qué se trata¹⁴⁹.



*Ejemplo tomado de *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y redacción de manuales "on line"*.

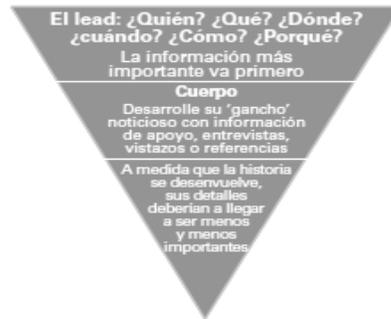
En *Cómo escribir para la Web*, este investigador estadounidense habla también sobre la existencia de tres niveles de utilización de la pirámide invertida vertical en el ciberperiodismo: básico, dividido temáticamente en la misma página Web y en diferentes páginas Web.

El primero de ellos, señala, es **el básico**, que implica solamente el desarrollo del texto según la estructura de pirámide invertida. Este nivel exige un ejercicio de jerarquización de los elementos de la información, en el que se debe definir la importancia relativa de cada uno de ellos, lo que permite ubicarlos, en orden decreciente de importancia, dentro del sitio en línea.

148 Joyceleine Urdaneta, *Modelo piramidal no lineal y Redacción en cibermedios*, p. 22.

149 Guillermo Franco, *Óp.Cit.*, p. 80.

Pirámide invertida, nivel básico de utilización

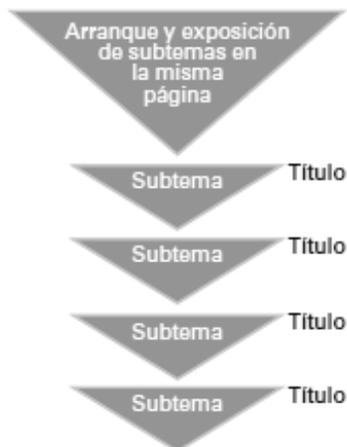


*Ejemplo tomado de *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y redacción de manuales "on line"*.

El segundo nivel de utilización es el **texto lineal dividido temáticamente en la misma página Web**. A partir del tema principal, expuesto en el primer párrafo, el autor o editor define subtemas que son presentados o introducidos por intertítulos dentro de la misma página. Cuando esta independencia entre subtemas no se logra, se dice que el texto sólo permite una lectura no lineal restringida. Los intertítulos, señala el investigador, pueden ayudar a romper la uniformidad del bloque de texto, pero no lo dividen temáticamente por completo.

Pirámide invertida, segundo nivel de utilización

Estructura de textos que pueden ser divididos temáticamente, pero van dentro de una misma página



*Ejemplo tomado de *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y redacción de manuales "on line"*.

A continuación, presentamos dos notas informativas que reportan la caída de un avión en Venezuela. Los textos fueron elaborados bajo la pirámide invertida vertical en su primer y segundo nivel de utilización, destaca en este último la inserción que permiten mayor amplitud y escaneo de los datos.

Avión con 47 pasajeros se desploma en Venezuela

El avión, de la aerolínea estatal Conviasa, cubrió la ruta entre Portoferré (Isla de Margarita) y Ciudad Guayana



De los 51 pasajeros que viajaban en la aeronave, 33 resultaron heridos, 14 muertos y cuatro...

Caracas, Ven. | Lunes, 13 de septiembre de 2010
TPE, El Universal
10:24

35 **Heridos**

Un avión con 47 personas a bordo se estrelló hoy cerca de Ciudad Guayana, 730 kilómetros al noreste de Caracas, en los proximidades de uno de los portones de entrada de la Siderúrgica del Orinoco (Sidor), indicaron fuentes oficiales.

Un portavoz del Ministerio de Comunicación confirmó a EFE el accidente y dijo que en el avión iban 43 pasajeros y cuatro tripulantes, aunque por el momento se desconoce si hay supervivientes.

También señaló que el avión cayó a solo metros del aeropuerto de Puerto Ordaz "en las adyacencias de Sidor".

Por otra parte, el director de Protección Civil y Administración de Desastres en (PC) del estado Bolívar, José García, dijo a la estatal Agencia Venezolana de Noticias (AVN) que bomberos de "Sidor" se encuentran en el sitio realizando sus primeras labores de rescate.

Finalmente, el ministro venezolano de Comunicación, Francisco Garces, dijo que se trató de un avión de la aerolínea estatal Conviasa que cubría la ruta entre Portoferré (Isla de Margarita) y Puerto Ordaz (Ciudad Guayana).

02 / 56

Notas Relacionadas

- Muoran a un botanero da avión de El Universal 2010-09-12
- Hallan avión desmenuado en Colombia 2010-09-11
- Acusan a piloto de ser responsable de accidente de avión 2010-09-08
- Avionazo en el desierto de Dubái 2010-09-04
- Avión se estrella en San Francisco, 3 muertos 2010-09-02
- Por error, avian a pasajeros que avión se iba a desatrar en el mar 2010-08-28
- Avionazo en China mata a 40 2010-08-22
- Rayo parte en tres un avión colombiano 2010-08-17
- El senador muere en avionazo 2010-08-11
- Aeronazo en Paraguay deja más de 150 muertos 2010-07-29
- País de España grupo de los pilotos cubanos 2010-07-15
- Mueren 11 soldados rusos en avionazo 2010-07-09

Multimedia

- Fotografías: Caer avión en Venezuela

15 muertos al estrellarse un avión de pasajeros en Venezuela

El avión, con 51 personas a bordo, pertenecía a la aerolínea estatal Conviasa y hay 38 heridos

EL PAÍS / AGENCIAS | 14 SEP 2010 - 02:13 CDT

Archivos: [Noticias](#) [Internacional](#) [Caracas](#) [Países](#) [Venezuela](#) [Toda](#)
 Programas: [Inicio](#) [Programas](#) [Programas de](#) [Programas de](#) [Programas de](#) [Programas de](#)

Quince personas murieron y 36 resultaron heridas en un accidente aéreo ocurrido este lunes en Ciudad Guayana, en el sureste de Venezuela, cuando un avión de la compañía estatal Conviasa con 51 personas a bordo procedente de Isla Margarita se estrelló a escasos 10 kilómetros del aeropuerto de Sidor.

El ministro venezolano de Transportes y Comunicaciones, Francisco Garces, ofreció en rueda de prensa los datos definitivos después de que en un primer momento se informase de 14 muertos, 33 heridos y 4 desaparecidos. Garces y el gobernador del estado Bolívar, Francisco Franco Gómez, subrayaron en la misma comparecencia ante los periodistas que los 36 supervivientes son listos "gracias a los héroes de Sidor".

El accidente se produjo a las 09:50 hora local (15:33 en la Península Ibérica), cuando el avión se precipitó al suelo pocos metros de uno de los portones de entrada de la Siderúrgica del Orinoco (Sidor), en Ciudad Guayana (Puerto Ordaz), cuyos tractadores arrastraron las llamas del aparato de inmediato y sacaron a las víctimas.

Ambos funcionarios detallaron en Ciudad Guayana, a unos 730 kilómetros al noreste de Caracas, que de los cuatro tripulantes del aparato solo sobrevivió uno de los azafates y que aún resta por obtener el reconocimiento oficial de seis de los 15 cuerpos. Además, destacaron que no se produjeron víctimas en tierra porque el avión cayó sobre un paje de material de desechos de Sidor, uno de los principales centros industriales de Venezuela.

Atarizaje de emergencias

Se desconocen, por el momento, las causas del accidente pero, según informaciones extraoficiales, el piloto de la aeronave perdió el control y trató de realizar un aterrizaje de emergencia, cuando verificó que no podía hacerlo en el aeropuerto internacional "Manuel Carlos Páez" de Ciudad Guayana. César Crespo, trabajador de Sidor y uno de los primeros en acudir en ayuda de los heridos, dijo a los periodistas que sintió "un fuerte impacto del avión en el patio y cuando solíamos vernos el avión en llamas".

El ministro de Transportes afirmó, por su parte, de que ya se encuentra en el lugar del accidente una comisión técnica con el objetivo de esclarecer los motivos del siniestro.

Garces agregó que gracias a "la intervención oportuna de las autoridades pudieron rescatar una gran cantidad de personas" y destacó el hecho de que "un gran número de personas ha sobrevivido".

El avión, un ATR-42 de fabricación franco-italiana, que salió de Portoferré (Isla de Margarita) y tenía por destino Ciudad Guayana, perteneció a la compañía estatal Conviasa.

Se trata del accidente aéreo más grave en Venezuela en los últimos años, tras el sucedido en febrero de 2006 cuando un avión que cubría la ruta Mérida-Caracas se estrelló contra una montaña de los Andes y fallecieron las 46 personas a bordo.

En enero de 2008, un avión con 14 personas, entre ellos 8 turistas italianos y un suizo, cayó al mar Caribe cuando volaba desde Caracas al archipiélago de Los Roques, uno de los principales destinos turísticos de Venezuela, sin que se hallaran restos.

Tres años antes, un avión de la compañía colombiana West Caribbean Airways que cubría la ruta entre el aeropuerto panameño de Tocumén y el de Lamerín, en Maricao, se precipitó al suelo con 152 turistas franceses y 28 tripulantes colombianos, en el estado venezolano de Zulia, fronterizo con Colombia. No hubo supervivientes. El último gran accidente aéreo en Venezuela, que sufrió la también aerolínea estatal Santa Bárbara, causó la muerte de los 40 ocupantes del aparato.

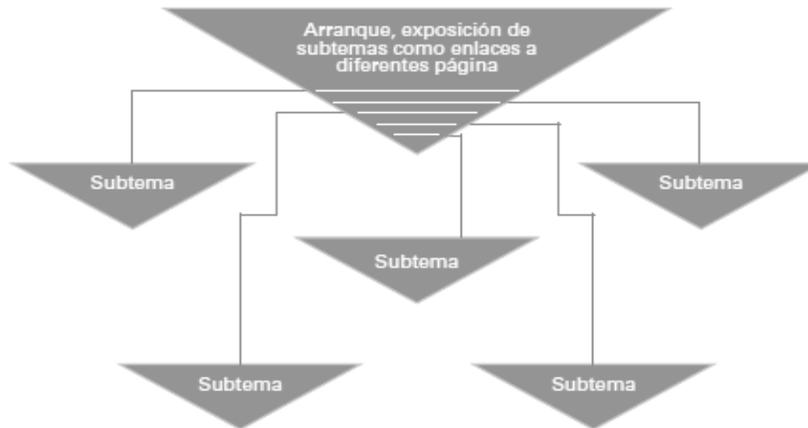
*Ejemplos tomados de El Universal.mx y El País.com (2010).

Al tercer nivel de utilización, Franco lo denomina **texto lineal dividido en subtemas que aparecen en diferentes páginas Web**. Se trata del uso de la pirámide invertida que más trabaja con el potencial que ofrece la hipertextualidad.

Consiste en realizar una entrada, que sirva de introducción al tema, seguida por enlaces que llevan a los subtemas. Cada una de estas unidades debe contar con los elementos jerarquizados según su importancia.

Pirámide invertida, tercer nivel de utilización

Pirámides flotantes ubicadas en diferentes páginas Web. El usuario escoge su propia ruta de navegación y construye su propia pirámide invertida a partir de la presentación y exposición del tema



*Ejemplo tomado de *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y redacción de manuales "on line"*.

En este nivel, el orden en que los subtemas sean presentados sugiere una ruta de navegación, aunque el usuario puede optar por una alterna; es decir, hay una ruptura de la linealidad. Sin embargo, no encontramos ejemplos relacionados con esta clase de estructuras, pese a las ventajas de navegación y exposición que representan.

- Estructuras alternas a la pirámide invertida vertical

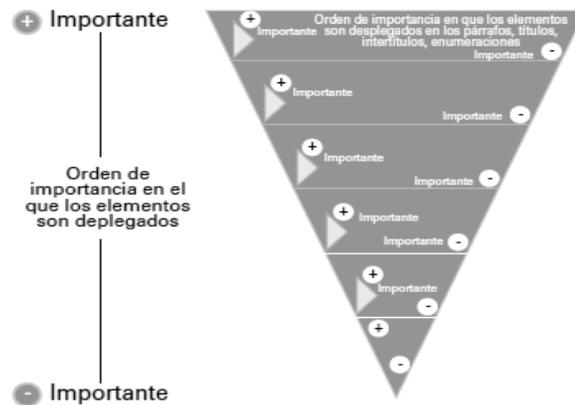
Más allá de la pirámide invertida vertical, el ciberperiodismo ofrece una multiplicidad de estructuras alternas para este género periodístico. Veamos algunas que han sido propuestas por investigadores de distintas partes del mundo:

Pirámide Invertida Horizontal

Franco propone que el redactor o periodista violente el "orden lógico" sujeto, verbo, complemento directo, indirecto, circunstancial y reivindique el concepto de voz pasiva mediante el uso de la **pirámide invertida horizontal**.

Representación de la estructura de pirámide invertida horizontal

Esta representación es válida en un texto dentro de una misma página, en uno de los subtemas dentro de la misma página, o en subtemas ubicados en páginas diferentes.



*Ejemplo tomado de *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y redacción de manuales "on line"*.

Esta forma de ordenar la información consiste en hacer que las dos primeras palabras o el primer tercio del título (o la primera frase del "lead") sean portadoras de información. Este principio es extensivo a los comienzos de párrafos; intertítulos que separan bloques temáticos; elementos de una enumeración; pie de fotos; sumarios, y enlaces de hipertexto.

Este concepto puede sonar estrambótico, pero sólo busca enfatizar la importancia de recargar a mano izquierda los elementos más portadores de información, lo que significa, también, un ejercicio de jerarquización, a escala menor con el realizado en la pirámide invertida vertical. [...] Cuando hablamos de textos en el ambiente Web, en una frase el orden de los factores sí altera el producto¹⁵⁰.

En cuanto a la voz pasiva, dice Franco, debe utilizarse dentro de esta pirámide horizontal como una forma para destacar al inicio de la oración aquellos elementos que a juicio del autor o editor, sean más relevantes.

Coincidimos tanto con él como con otros investigadores, como Alex Grijelmo, en que este recurso lingüístico es de gran utilidad para este tipo de ordenación, sobre todo cuando el periodista desconozca quién o qué es el sujeto de su información, o porque éste resulte obvio.

Pirámide Tumbada

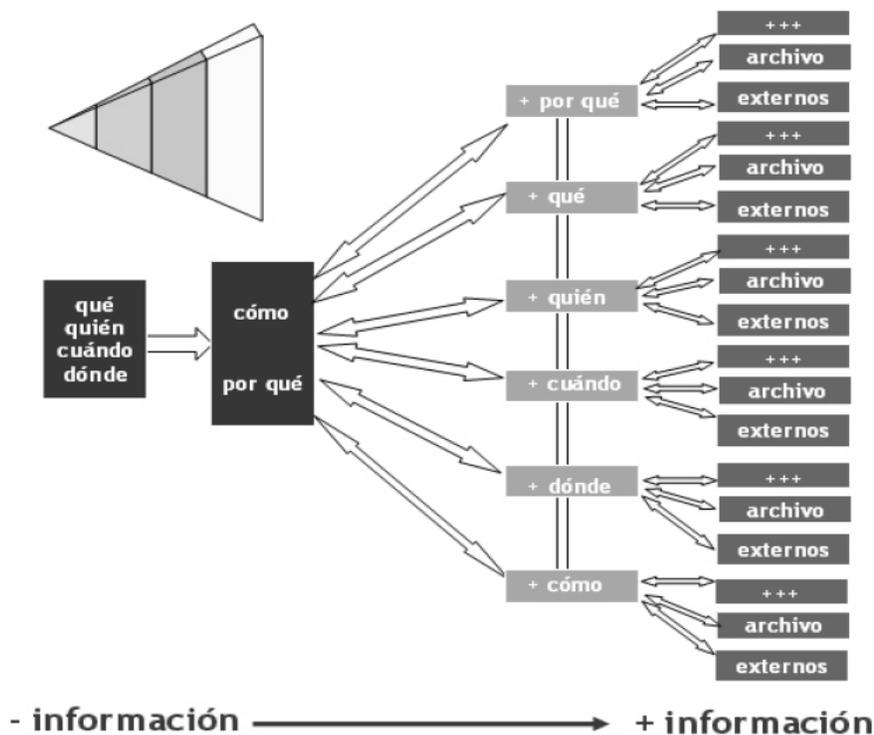
Por su parte, el escritor e investigador João Canavilhas alerta en su artículo "Webperiodismo: Propuestas para un nuevo lenguaje" sobre el riesgo que podría representar el uso de la pirámide invertida, vertical u horizontal, en el periodismo digital.

El usuario es quien finalmente decide su ruta de lectura, explica, por lo que ordenar la información de acuerdo con los criterios de un periodista o editor, deja ver que el medio no toma en cuenta a sus lectores, quienes en su mayoría podrían no coincidir con la subjetividad del autor sobre qué es lo más relevante de la noticia.

Con la introducción del hipertexto en la noticia, el usuario puede definir los recorridos de lectura en función de sus intereses personales, por lo que los supuestos que sirven de base a la técnica de la pirámide invertida necesitan una revisión a luz de una nueva realidad: ya no es el periodista quien determina lo que es más importante, porque la interactividad permite al usuario una lectura muy personal de la noticia¹⁵¹.

Es entonces que trae a cuenta una propuesta a la que denomina pirámide tumbada, que ofrece en un solo contenido, no sólo noticias recientes, sino también más información de profundidad al pasar del nivel de explicación básica, al de contexto y exploración.

↳ Estructura piramidal tumbada



*Ejemplo tomado de *Webperiodismo: Propuestas para un nuevo lenguaje*.

Canavilhas propone que la pirámide invertida clásica cambie su orden clásico en la red, para que la noticia se desarrolle de forma horizontal, de menos información a más información, sobre cada uno de los elementos de la noticia (qué, quién, dónde, cuándo, cómo, por qué). De esta forma, “cada lector seguirá su recorrido de lectura de acuerdo con las expectativas que tiene con relación a cada elemento

151 João Canavilhas, *Webperiodismo: Propuestas para un nuevo lenguaje*, p. 85.

de la información”¹⁵².

Así, otros datos que antes aparecían de forma secundaria, podrían ser presentados mediante el uso de la multimedialidad y la hipertextualidad, en forma de subtemas o páginas alternas, y los enlaces a éstas quedarían al mismo nivel de la información principal. La publicación resultante mostraría una entrada y una serie de enlaces de ampliación informativa; de esta forma, el lector puede elegir qué información leer de acuerdo con sus intereses.

- *Planificación y redacción*

La comunidad de estudiosos sobre el ciberperiodismo distingue al menos tres tipos de notas informativas que han surgido debido a la velocidad de publicación que exige la competencia con el resto de los medios. Una de las propuestas que mayor soporte han recibido es la de Hilda García, artículo “El lenguaje del periodismo en Internet”, distingue dos tipos que permiten la inclusión de los modelos de composición aquí propuestos.

a) Las notas planificadas

Son aquellas que ocurren en un momento determinado, eventos ya programados, puntualiza la investigadora mexicana. “Lo importante de planificar es que se busquen ángulos novedosos, maneras de presentar la información y de distribuirla entre las audiencias”¹⁵³.

El desarrollo de estas notas comienza con **el anuncio**, un texto breve y concreto que resume la noticia principal con el hecho o suceso en sí. Se mantiene la actualización de forma continua. Y concluye con **la noticia en desarrollo** o durante el evento, misma que depende de los hechos, puede diferir en el título y el párrafo inicial del anuncio. Se debe escribir antes del hecho en sí.

En el siguiente ejemplo podemos observar este tratamiento en una serie de notas que se trabajaron sobre el desfile realizado el 16 de septiembre de 2010, en la ciudad de México, con motivo del Bicentenario de la Independencia de México.

El Universal.mx apostó por una cobertura del evento al publicar notas durante el inicio, desarrollo y final de los festejos. Cada publicación guarda entre una y otra un intervalo de 10 a 15 minutos. El medio optó por un ajuste a su portal para la cobertura de este evento, al colocar una foto central que mostrara el avance del desfile al acceder al sitio.

Estas medidas nos indican que el medio llevó a cabo, con anticipación, una programación sobre las notas y ajustes al sitio que debían realizarse para conseguir una cobertura exitosa.

152 *Ibid.*, p. 86.

153 Hilda García, El lenguaje del periodismo en Internet, p. 4.



*Ejemplo tomado de El Universal.mx (2010).

b) Las notas no planificadas o *breaking news*

Estas ocurren de manera inesperada y, debido a su importancia, se transmiten en tiempo real interrumpiendo la programación del medio. García comenta que esta clase de textos derivan en grandes picos de tráfico o visitas al diario digital, de ahí que deben ser realizadas en tiempo real y con alta calidad informativa para no cometer errores bajo presión.

Por lo general, inician con la **alerta informativa**, que aparece cuando aún no se tiene información suficiente, pero sí la certeza de que el hecho está sucediendo. Debe ser breve y concisa; si es posible, de una sola línea. Con frecuencia, se distribuyen mediante las redes sociales.

En seguida, se redacta el **avance informativo**, la primera versión digital de la noticia bajo el formato de la pirámide invertida.

Más tarde, el periodista debe preparar una **nota central**, de mediana extensión, informativa y con más elementos que el avance. Respeta el formato de pirámide invertida. En esta historia se integran productos complementarios, como los elementos multimedia que informen desde nuevos enfoques, para no caer en un “pleonasma informativo”.

Minutos más tarde, el medio coloca una fotografía central con las primeras reacciones de los capitalinos ante el sismo

La alerta informativa se nutre con más datos y se transforma en una nota central con las voces de los protagonistas



*Ejemplo tomado de El Universal.mx (2012).

Durante la investigación no registramos ejemplos relacionados con este tipo de notas, por lo que decidimos ilustrarlas con un ejemplo reciente en el manejo de una alerta informativa por El Universal.mx., se trata de un sismo que tuvo lugar en México el 11 de abril de 2012 y de los primeros avances que se difundieron sobre el evento telúrico.

La diferencia entre el evento y la publicación de la nota es de menos de dos minutos



El medio acompaña la nota con los primeros recursos multimedia que se tienen a la mano, así busca ampliar la información que hasta el momento se tiene.

En este caso, una imagen con la ubicación del epicentro y un audio con el reporte de alerta del Servicio Sismológico Nacional acompañan el texto.

Esta leyenda nos indica que se trata de una alerta informativa y que en próximos minutos el medio dará a conocer más datos

*Ejemplo tomado de El Universal.mx (2012).

c) Nota ‘diamante’ y ‘no lineal’

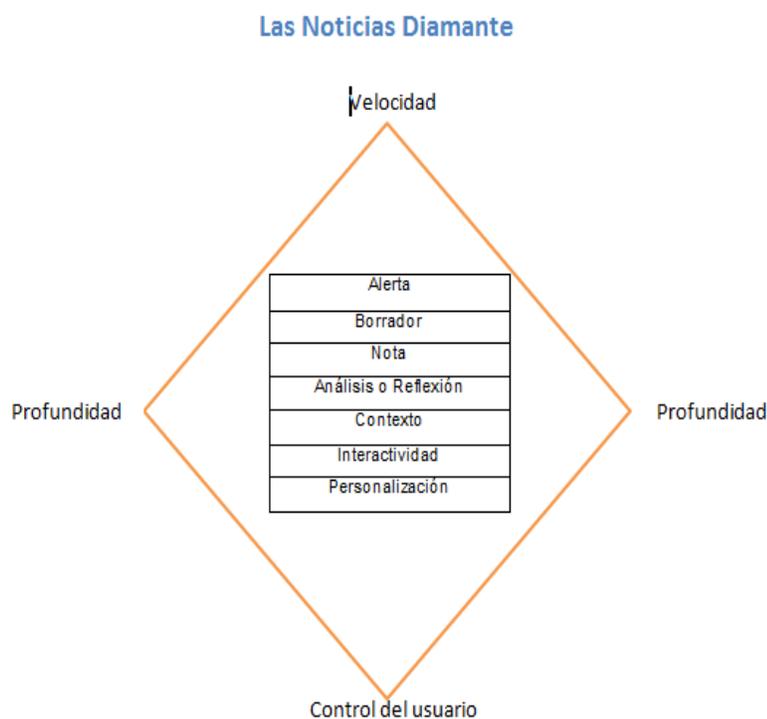
Una tercera propuesta es la del escritor Paul Bradshaw, quien plantea en su texto *Un modelo para las Redacciones del siglo XXI*, la posibilidad de explicar otro tipo de nota informativa mediante un **diagrama con forma de diamante**, cuyos ejes son la velocidad y la profundidad, y dependen del momento en qué se encuentre la elaboración de la noticia.

La punta del diamante es la **alerta de la noticia**, donde se exige al periodista mayor velocidad y menor profundidad en su texto. Enseguida, debe dar paso al primer borrador el cual es publicado como **adelanto**, después pasa a la redacción de un **artículo** que sume los comentarios de los lectores y, más tarde, aporta el **análisis** del hecho; en este punto, la velocidad es mínima, la exigencia está en la profundidad.

Paso siguiente es preparar el **contexto** de la información mediante elementos multimedia y poner en marcha la **interacción y la personalización del texto** mediante distintos recursos que faciliten la participación de los lectores y que los doten del control en la difusión de la información, como enlaces que les permitan publicar las historias a través de sus redes sociales.

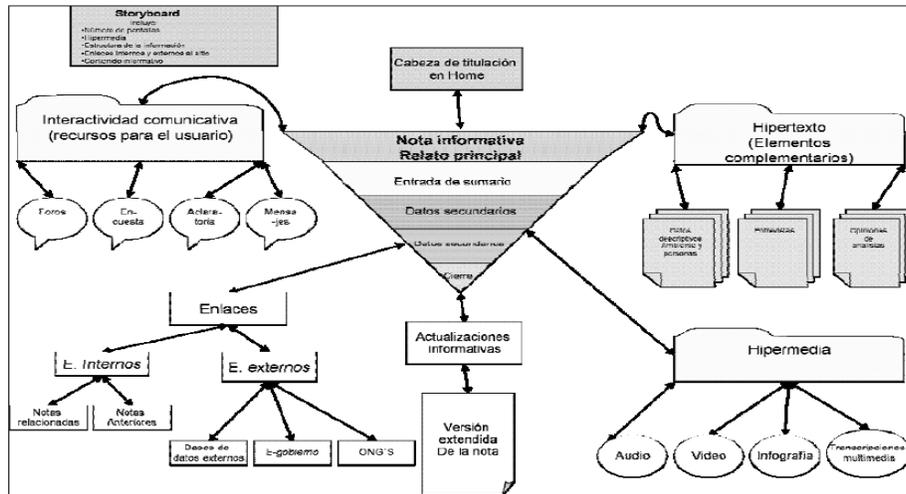
En este sentido, Urdaneta también propone otro tipo de nota informativa similar a la del diamante, sólo que en su caso lleva por nombre **pirámide no lineal**, que comienza por la redacción de un esquema de trabajo para estratificar la información y determinar qué datos serán narrados mediante elementos multimedia, después se escribe la nota, el relato principal y la versión extendida con sus actualizaciones durante el día.

Sumado a estos documentos, el periodista debe preparar los elementos complementarios (descripciones, entrevistas, opiniones), utilizando las herramientas multimedia, interactivas, bases de datos, directorios de búsqueda y enlaces que permitan contextualizar la información; no obstante, en la muestra no hallamos ejemplos relacionados con este tipo de estructuras, pero las incluimos para su conocimiento.



*Ejemplo tomado de
Un modelo para las Redacciones del siglo XXI Pte.1.

Modelo Piramidal No Lineal



*Ejemplo tomado de *Modelo Piramidal No Lineal y Redacción en Cibermedio*

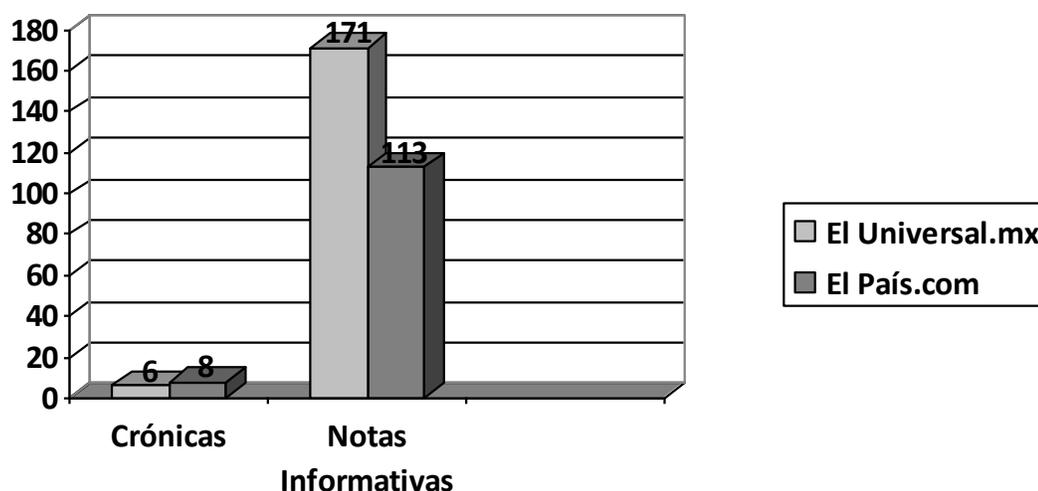
II. CRÓNICA

La crónica en el ciberperiodismo, además de conservar sus características clásicas, como la narrativa y la cronología de sucesos, adopta técnicas como son la redacción en tiempo real o la inclusión de reportes ciudadanos, elementos multimedia y de interacción.

En los medios digitales, los periodistas dejaron de planificar crónicas para el día siguiente y dieron paso a las coberturas en directo, muchas veces desde teléfonos celulares y mediante las redes sociales.

El género se adecua cada vez más a la nueva plataforma, logrando así la creación de su propia narrativa. Sin embargo, su presencia resulta todavía escasa en los diarios digitales hispanos.

En El Universal.mx, sólo un total de seis resultaron ser crónicas, lo que representa menos del 4% de la muestra. En cuanto al País.com, encontramos que son ocho, un 7% de los contenidos.



Durante nuestro análisis, contabilizamos 20 veces más notas informativas que crónicas en ambos diarios hispanos. Con frecuencia, los textos narrativos servían de acompañamiento para los informativos.

- *Elementos que integran la crónica*

Los principales elementos que integran las crónicas en el ambiente digital son los siguientes:

- a) **Cabeza hipertextual o título-enlace en el home o pantalla principal.**
- b) **Cabeza de la nota.**
- c) **Datación.**
- d) **Sumario.** Completa al titular e invita al usuario a la lectura del texto.



Titulo-enlace hipertextual en portal del diario

- e) **Entrada.** Se trata del primer párrafo, debe enganchar al lector y puede o no dar a conocer lo más sobresaliente del hecho. Puede ir desde el principio o final del hecho, incluso sorprender al usuario con una acción intermedia.

- f) **Cuerpo y enlaces contextuales.** Consiste en los párrafos subsecuentes que describen el hecho noticioso, por lo general, en orden cronológico. Hace mención de los antecedentes, localización, registro y participantes del hecho. Incluye enlaces a fuentes documentales u otras notas relacionadas.

- g) **Elementos multimedia.** Datos que forman parte del hecho narrado, representados a través de videos, audios o fotografías.

Cabeza → Desfile avanza majestuoso
A su paso, la gente de todas las condiciones contempla los vistosos alegóricos

Fotogalería → [Image gallery showing parade participants]

Datación → Ciudad de México, México, 11 de septiembre de 2010

Entrada → [First paragraph of the article]

Cuerpo → [Main body text of the article]

Remate → [Final paragraph of the article]

Video sobre el avance del desfile, que fue transmitido en tiempo real → [Video player]

*Ejemplos tomados de El Universal.mx (2010).

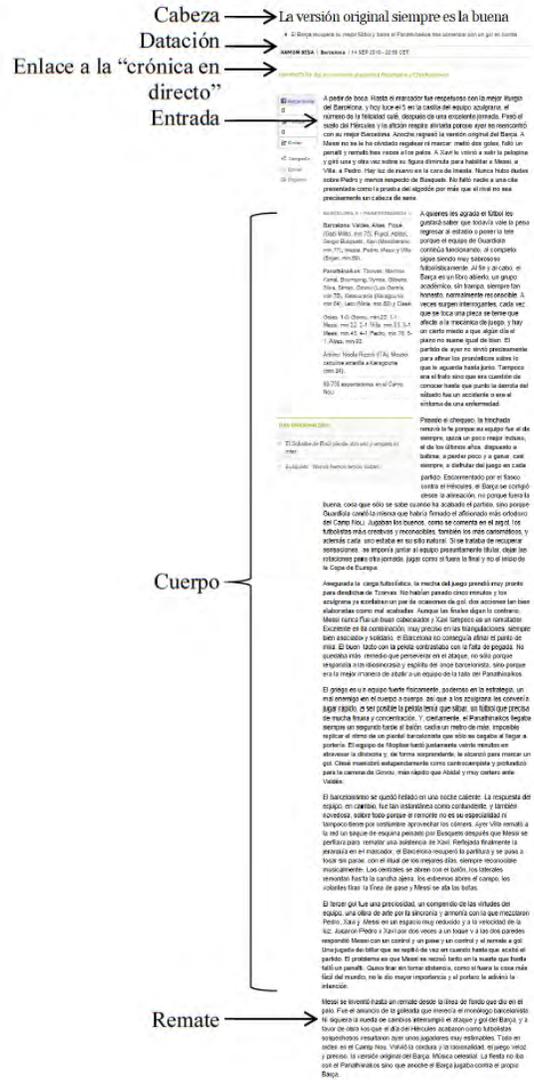
- h) **Remate.** Es el último párrafo del texto; con frecuencia, guarda un dato secundario.

- **Estructuras de la crónica en el ambiente digital**

En el periodismo digital, la crónica asume una variedad de formas que la diferencian de su modelo en medios impresos. Alejandro Rost, en su artículo “¿Es la crónica en directo un nuevo género periodístico?”¹⁵⁴, escribe que estas nuevas estructuras dependen, sobre todo, de tres factores: la temporalidad del relato, la plataforma que se utiliza y el grado de apertura que tenga a la participación. El académico argentino distingue dos tipos de crónica, de acuerdo con sus estructuras: crónica diferida y crónica en directo.

- **Crónica diferida**

Se trata del relato de un hecho noticioso que se elabora bajo las pautas que hasta el momento se manejan en los medios impresos. Los títulos emplean por lo general tipografías diferentes y el texto, contado de forma cronológica, incluye una visión personal del periodista. No abundan en qué sucedió sino cómo pasó. Esta clase de contenidos son de una extensión regular y no se reducen a lo mínimo como sucede con la nota informativa. Con frecuencia, el autor incluye enlaces a la documentación ligada a los hechos que se abordan en el relato.



Examinemos el siguiente ejemplo de una crónica publicada en El País.com, que trata sobre un partido de futbol realizado el 14 de septiembre de 2010, en Barcelona, España, entre los equipos Barça y Panathinaikos.

El contenido guarda la estructura clásica de una crónica publicada en los medios impresos: cabeza, entrada, cuerpo y remate. El periodista ocupa un estilo interpretativo-informativo para relatar el partido de futbol, en donde combina datos y opiniones sobre las jugadas de los futbolistas, también nutre el texto con una serie de comparaciones e ironías desde varios ángulos.

Destaca en el texto un enlace a una crónica en directo, que en una primera definición es el partido futbol narrado en tiempo real.

¹⁵⁴ Alejandro Rost, “¿Es la crónica en directo un nuevo género periodístico”, p. 4.

Título-enlace hipertextual en portal del diario



- **Crónica en directo**

Este tipo de construcción narrativa consiste en un relato que se redacta en forma de chat, es decir, el periodista va difundiendo a través de Internet lo que está ocurriendo a medida que va sucediendo.

Con frecuencia, el anuncio de una crónica en directo se hace desde el portal del medio digital, muchas veces es la nota principal porque se presume que el evento es seguido por numerosos lectores y alcanzará altos picos de tráfico.

Ya dentro de la publicación, la cabeza se torna dinámica sobre todo en eventos deportivos; los resultados del encuentro, que forman parte del título, van cambiando conforme transcurre el evento.



Transmisión de los hechos en tiempo real

Dos o tres líneas de texto, un clip de video o una fotografía se publican, aproximadamente, cada uno o dos minutos, a través de una ventana en el sitio web del medio digital. El objetivo es conseguir una transmisión de los hechos en tiempo real.

Rost explica que la crónica en directo tiene otra alternativa para su presentación, la que **se publica a través de las redes sociales**, sobre todo en Twitter.

*Ejemplos tomados de El País.com (2010).

Este tipo de crónica puede tener al menos tres variaciones según las personas que participan: 1) un solo periodista, 2) varios periodistas de un medio, o 3) periodistas y ciudadanos que están aglutinados bajo alguna palabra clave en común¹⁵⁵.

En el caso de que intervengan más de un cronista a la vez, el texto se convierte en un **relato distribuido** y adopta la forma de un foro con distintos puntos de vista.

La crónica en directo en las redes sociales, dice el académico, permiten aprovechar las tres características: utilizan fotos y videos; participan varias personas, y suelen incluir enlaces hipertextuales que amplifican la información¹⁵⁶.



***Ejemplo de una crónica en directo que se difundió a través de la red social Eskup, de El País.com (2010)**

- *Planificación y redacción*

La planificación de la crónica en el ámbito digital está motivada por las coberturas en tiempo real, que exigen la producción de la información cuando la comunidad de usuarios en Internet así lo necesite; los periodistas ya no pueden esperar hasta el día siguiente para ver publicado su texto.

El proceso entonces exige ser más participativo, apoyado en nuevas audiencias que van aprendiendo a integrarse como fuente en ese instante.

Christian Espinosa, asesor de nuevos medios, propone en su artículo *El género de la crónica va del móvil a Twitter y se vuelve participativo* una serie de puntos que debemos considerar durante la planificación y redacción de este género periodístico en su versión digital:

- Datos proporcionados por reporteros móviles.** Se trata de la información que los ciudadanos dan a conocer a través de las redes sociales desde el lugar de los hechos, muchas veces desde sus propios celulares.

156 *Ibidem*.

- b) **Ubicuidad y tiempo real.** Las crónicas deben redactarse tomando en cuenta que su publicación será constante; esto es, dos o tres párrafos en un periodo de tiempo determinado. Esta información debe ser actualizada en tiempo real.
- c) **Uso de la multimedialidad.** Dentro de esta plataforma el reportero cuenta con la posibilidad de reportear en vivo no sólo con material limitado al texto, ahora cuenta con fotos, audios o videos.
- d) **Apoyo de redes sociales.** Adelantos de estas crónicas pueden publicarse mediante las redes sociales, con el fin de atraer a los lectores y seguir la cobertura en tiempo real.

III. ENTREVISTA

El género periodístico de la entrevista conserva en los diarios digitales su perfil conversacional con propósitos de difusión, en donde se obtienen noticias, datos, opiniones, comentarios e interpretaciones.

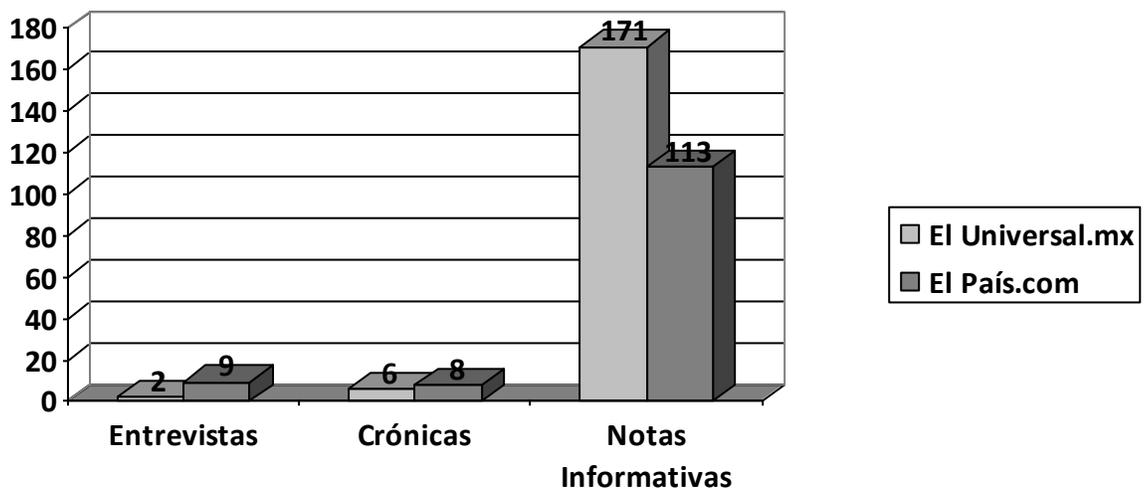
Las hay noticiosas o de información, también de opinión y de semblanza. En todas, las respuestas del entrevistado permanecen, no así las preguntas del periodista. Y es que este tipo de contenido periodístico se ha visto transformado en los diarios digitales por la interactividad, la cual ha permitido la participación directa de los lectores durante el diálogo con el entrevistado.

Estas condiciones han provocado que el periodista tome el lugar de moderador en el diálogo y los lectores, el de entrevistadores. Envían sus preguntas a través del diario digital y el entrevistado las responde en vivo. Este formato ha sido denominado entrevista digital.

Aunque predominan las entrevistas que en su redacción difunden la conversación entre periodistas y personajes públicos, cada vez son más populares los diálogos directos con los usuarios.

Sin embargo, el género como tal sufre la misma situación de la crónica: no tiene tanta presencia en el periodismo digital como la nota informativa, misma que registramos 25 veces más que la entrevista durante nuestro estudio.

En El Universal.mx, sólo dos resultaron ser entrevistas, lo que representa menos del 2% de la muestra. En cuanto al País.com, encontramos que son nueve, un 6% de los contenidos.



i. Elementos que integran la crónica

Los principales elementos que integran las entrevistas en el ambiente digital son los siguientes:

- a) **Cabeza hipertextual o título-enlace.** Como sucede con el resto de los géneros aquí expuestos, en el home o pantalla principal, estos titulares sirven para enlazar el nodo que contiene la entrevista. Los destacan con frecuencia acompañados de la fotografía del entrevistado.



*Presencia de la entrevista en un portal de noticias. Ejemplo tomado de El País.com (2010).

- b) **Cabeza de la entrevista.** Usa alguna frase que el entrevistado haya pronunciado durante la conversación, por lo general, la oración es breve e incluye la principal idea de la entrevista.
- c) **Datación.** Hora, fecha y lugar donde sucede el encuentro.
- d) **Sumario.** Completa al titular e invita al usuario a dar clic e iniciar la lectura del texto.
- e) **Entrada.** Como en todo género periodístico, se trata del primer párrafo que debe enganchar al lector y puede o no dar a conocer lo más sobresaliente del encuentro. La entrada puede ser una declaración del entrevistado, textual o parafraseada.
- f) **Cuerpo y enlaces contextuales.** Consiste en los párrafos subsecuentes y que describen el encuentro; explica quién es el entrevistado, el motivo que ha originado el diálogo y destaca datos noticiosos. La redacción de los párrafos puede ser en forma narrativa o dialogada; esta última se utiliza sobre todo en la entrevista interactiva, donde los usuarios toman el papel de entrevistadores en primera persona, el texto toma el formato de pregunta-respuesta.
- g) **Elementos multimedia.** Momentos que formaron parte de la entrevista o una semblanza del entrevistado que son representados a través de videos, audios o fotografías.

- i) **Remate.** En el caso de las entrevistas interactivas, se trata de un mensaje de despedida, escrito por el propio entrevistado.

Examinaremos algunos ejemplos sobre la entrevista en el ciberperiodismo en el siguiente apartado.

ii. Estructuras de la entrevista en el ambiente digital

La anatomía de una entrevista digital puede tener variadas y distintas formas, dependiendo de lo que el periodista busque destacar del encuentro. De acuerdo con el fin principal que se persiga en la conversación con el personaje, las estructuras de las entrevistas en esta plataforma pueden ser clasificadas de la siguiente forma:

Entrevista diferida

Prevalece en Internet el modelo de la entrevista que se ha vuelto tradicional en los medios impresos, que se estructura mediante una cabeza, entrada, un cuerpo estructurado en pregunta-respuesta y un remate.

Las hay donde sólo se busca destacar alguna información que dio a conocer el personaje y se organiza el texto a través de la pirámide invertida vertical. En este tipo de casos, los datos del entrevistado se enmarcan en los primeros párrafos, con frecuencia después de las citas textuales.

Aunque en menor medida, también se publican entrevistas-perfil, en las que las declaraciones del entrevistado se alternan con descripciones sobre el personaje o su trascendencia pública. Este tipo de contenidos comparten el estilo y lenguaje de la crónica.

Entrevista digital

Luis Fernández Espinoza, periodista especializado en Internet, explica en su artículo “Anatomía de una Entrevista Digital” que los formatos de la entrevista digital más utilizados son el escrito, el audiovisual y el que se genera a través de las redes sociales.

- a) **Escrito.** Se trata del formato más habitual, sólo una fotografía y el perfil del entrevistado acompaña el texto que se escribe en tiempo real, con los lectores presentes a través del chat. Con frecuencia, las preguntas se recogen por un formulario en línea integrado dentro del mismo diario digital.
- b) **Sociales.** Los usuarios interesados en la entrevista envían sus preguntas mediante las redes sociales y éstas son respondidas en directo. Los participantes pueden o no ser lectores asiduos del diario digital.
- c) **Video.** El entrevistado es videograbado desde alguna sede y los usuarios le

preguntan en directo. Una liga al video se destaca en alguna sección del diario digital. Es importante mencionar que la red de videos internacional *Youtube* ha popularizado este formato.

EL PAÍS
ENTREVISTAS DIGITALES

Cabeza →

Perfil del entrevistado →

Datación →

Preguntas en tiempo real

Lo entrevistado preguntan a José Sábano

¿Qué jugadores de las selecciones inferiores ves con más posibilidades de llegar a La Liga en Brasil 2014?

Roberto Aréaz
1. 12/02/2014 - 19:15h

Hola, y mil millones por el retraso, obligaciones profesionales me han retrasado. De las inferiores me gustan Fontes, Muniesa, Thiago, Canales y espero a un jugador llamado Efraín Baeza, del Racing, que sufrió una grave lesión en la pierna de la pasada temporada y al que Portugal no parece querer dier mucha bola este año.

¿Este Real Madrid es más un proyecto de futuro que de presente?

Morgan
2. 12/02/2014 - 19:15h

Es otro Madrid de Florentino Pérez, sin más

Acabo de leer la noticia de Nadal. Después de leer sus cuanta conversaciones muy acertadas y después de mucha presión, no se me ocurre de a qué hora se jugará la final y en qué canales de televisión lo puedo ver. ¿Es que acaso no saben que eso es lo que se pregunta la gente al leer la noticia? Por qué recién en la era de internet es tan difícil encontrar esta información en este medio y en otros?

Crislo
3. 12/02/2014 - 19:15h

Nadal, si no llueve de nuevo, jugará a partir de las diez de la noche hora española. Tengo entendido que lo da Canal Plus.

Lo siento, no es pregunta, pero no se como mandar el comentario. Nadal, si gana el abeto de Estados Unidos, ¿no cabe Ud. cuanto me gustaría que lo hiciera, no gana el Gran Slam. Hecho ganador, siendo el más joven, los cuatro torneos, del Gran Slam. Para ganar el Gran Slam es necesario ganar esos cuatro torneos la misma temporada. Existe también lo que se ha dado en llamar el Pregran Slam cuando los cuatro torneos se ganan de forma consecutiva, aunque se necesite para ello dos temporadas consec.

ledyz
4. 12/02/2014 - 19:17h

No estoy de acuerdo. El Grand Slam lo gana el que viene en los cuatro grandes. En todo caso, solo son siguientes. Nadal es el mejor tenista español de la historia y quise que llegase a ser el mejor del planeta.

José Sábano saluda desde Bucaramanga, Colombia y felicitaciones por su primer título de manager. Está claro que Mourinho no renunciará a su espíritu ganador con el Real Madrid, por hasta que punto usted ve que puede hacer un equipo con éxito.

Nelson Ramos
4. 12/02/2014 - 19:20h

Gracias por su generosidad. Pero no sé qué es eso del espíritu ganador de Mourinho o de cualquier otro. ¿No lo tiene Del Bosque? ¿No lo tiene Guardiola o cualquier entrenador famoso? Vale, sin caerme en la estadística, supongo que un entrenador del Madrid tiene alrededor del 65 o 70% de posibilidades de ganar la Liga.

***Ejemplo de una entrevista digital en formato “escrito”**
Tomada de El País.com (2010)

iii. Planificación y redacción

El proceso de planificación y redacción de una entrevista digital toma en cuenta varios aspectos que Fernández Espinoza resume en seis puntos para trabajar con este género periodístico:

- Lugar e imagen.** El entrevistado puede desplazarse a la redacción o contestar las preguntas desde su computadora, en la ubicación que desee. Una cámara que enfoca al entrevistado mientras responde las preguntas refuerza la sensación del directo.
- Entrevistadores.** En este tipo de entrevistas, los lectores ejercen el papel de entrevistadores. No hay un límite en cuanto al número de participaciones. Un nombre o alias y un correo electrónico son necesarios para su identificación.
- Moderador.** Es el periodista quien se encarga de seleccionar las preguntas. Intenta, además, organizarlas para dotar a la entrevista de ritmo con varios temáticas.

- d) **Filtros.** Todas las preguntas que envíen los usuarios al diario digital son sometidas a un filtro previo, definido en las normas de uso y aplicado por el moderador. Aunque está dinámica ayuda a seleccionar las preguntas temas nuevos para contenidos noticiosos, el proceso puede hacer que el encuentro digital pierda espontaneidad.
- e) **Traducción y redactores.** En ocasiones, un redactor escribe las respuestas del entrevistado en la computadora. Cuando el personaje es extranjero, un traductor participa en el proceso.
- f) **Duración.** El medio establece el tiempo de la entrevista; sin embargo, los encuentros suelen durar una hora, aproximadamente.

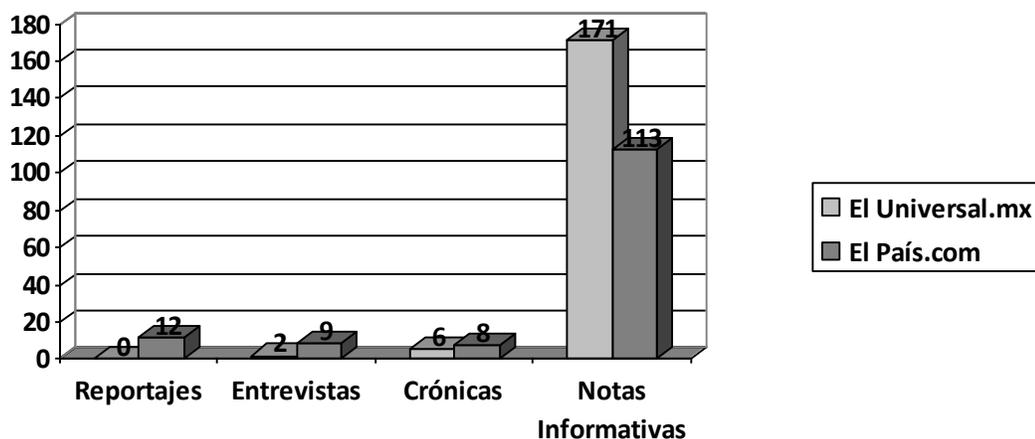
IV. REPORTAJE HIPERMEDIA

Dentro del ciberperiodismo, el reportaje es quizá el único género periodístico poseedor de un nuevo concepto que le ha valido una evolución con sus predecesores de los medios impresos y audiovisuales.

Los ciberperiodistas han explotado de este género su capacidad de diversificarse y de desplegar nuevas maneras de relatar los hechos, las cuales les han permitido aprovechar características como la hipertextualidad, propia de los medios digitales, con el fin de profundizar y documentar al máximo la información.

Pese a estas cualidades que lo hacen uno de los formatos más novedosos en los diarios digitales, el reportaje no tiene la misma presencia en el ciberperiodismo como la nota informativa, la cual registramos 23 veces más que el reportaje en la muestra.

Este escenario se ve reflejado sobre todo en El Universal.mx, en donde de los 179 textos que analizamos, ninguno resultó ser reportaje. En cuanto al País.com, encontramos 12 entre los 141 analizados, más del 8% de los contenidos.



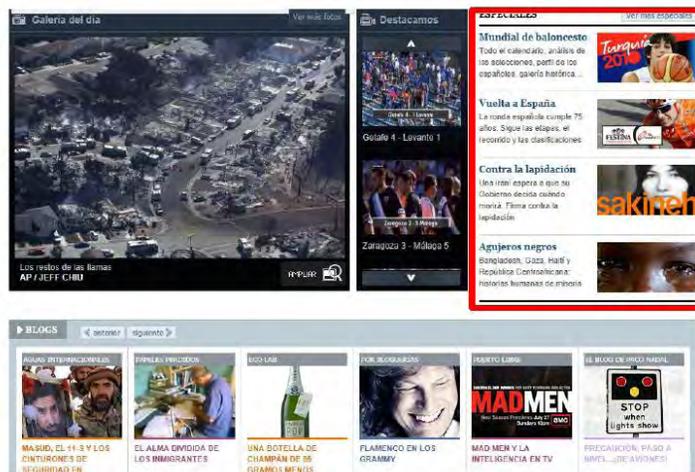
Esta situación no resulta ser la misma en el campo de la investigación; el reportaje es uno de los géneros, que junto con la nota informativa, ha sido de los más estudiados por los investigadores hispanoamericanos, incluso, dentro del ciberperiodismo lo han denominado **reportaje hipermedia**.

Definen así al modelo estructural formado por distintos grupos de enlaces, que presentan contenidos en distintos formatos multimedia y giran en torno a un tema en común, todos se encuentran enlazados.

Esta articulación jerárquica y reticular proporciona un esquema narrativo particular que diferencia al reportaje tanto de sus homólogos textuales en prensa tradicional, como de otras modalidades hipertextuales más sencillas¹⁵⁷.

Ainara Larrondo, profesora en la Universidad del País Vasco, explica en su *artículo* “La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo” que estamos frente a una hiperestructura de tipo mixto, integrada por un número variable de estructuras arbóreas multilineales y con relaciones entre todos sus nodos.

Los elementos del reportaje hipermedia se ven potencializados por la multimedialidad, que le permite reunir toda clase de textos, imágenes, sonidos y otras herramientas en función de las necesidades del mensaje, y por la hipertextualidad, que lo dota de niveles de profundidad de manera casi infinita mediante la utilización de enlaces y nodos.



Títulos-enlaces en el portal del diario

***Presencia del reportaje en un portal de noticias.**
Ejemplo tomado de El País.com (2010).

La catedrática española se refiere al reportaje hipermedia como un “macrogénero” que se apoya en otros géneros periodísticos, como notas informativas, crónicas o reportajes, para difundir la información. Expone así una especie de “género contenedor”, una macroestructura con múltiples tipos de discursos en ella, todos dirigidos al desarrollo de un solo tema en profundidad. Destaca entonces el carácter compositivo del reportaje, además de su criterio organizativo.

Larrondo comenta que tales características han hecho que el género se sitúe al nivel de aquellas variedades más desarrolladas en prensa, radio y televisión, lo que también ha provocado que la denominación “reportaje” se vea sobrepasada en Internet por otras como “a fondo”, “informe” y “especial”.

157 Ainara Larrondo, “La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo”, p. 4.

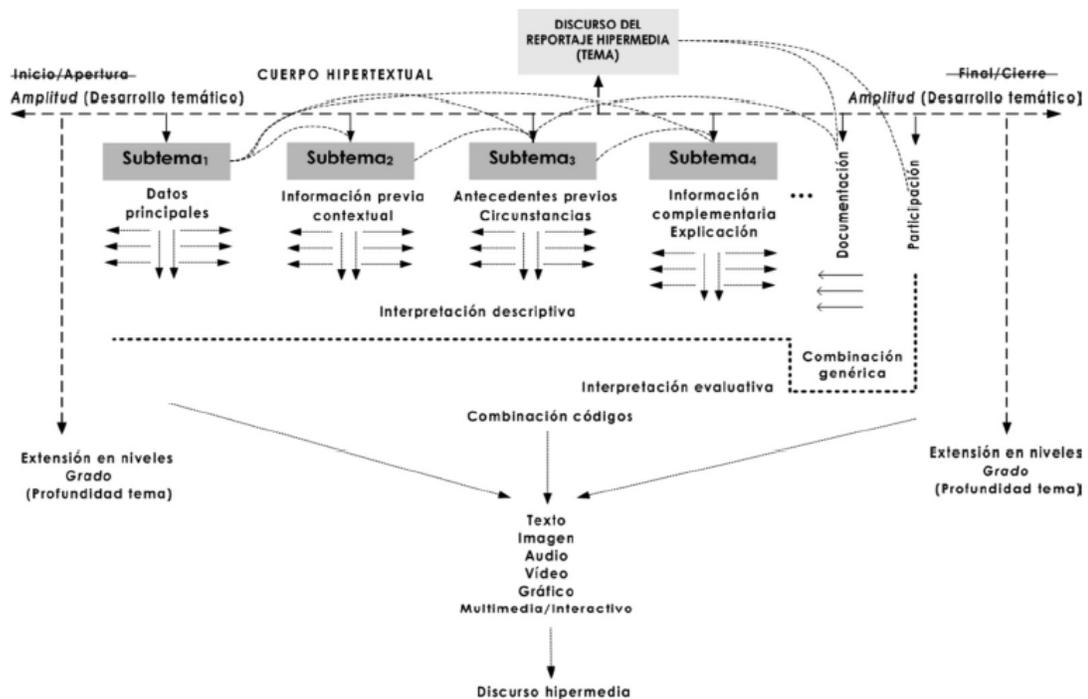
- e) **Contextualización primaria.** En este primer nivel de profundidad, los nodos muestran, con frecuencia, información que complementa el núcleo del reportaje, como entrevistas a los protagonistas, análisis, material audiovisual, infografías y fotogalerías. Incluyen enlaces hipertextuales para un segundo nivel de profundidad.
- f) **Contextualización secundaria.** Los nodos que componen este segundo nivel de profundidad ponen a disposición del lector documentos para ampliar la información del núcleo, como estadísticas, perfiles de los protagonistas, noticias generadas por el propio medio, foros de debate o documentos relacionados en formato PDF.
- g) **Información externa.** El periodista puede acompañar el texto con enlaces hipertextuales sobre instituciones o dependencias de gobierno que contengan información de interés o archivos periodísticos ajenos al medio.

Larrondo explica que los reportajes hipermedia cuentan con estructuras ramificadas que se extienden en secuencias paralelas y en varios niveles, en los que se repite la misma estructuración; es decir, una organización temática en secciones.

Este modelo estructural (hiperestructura), responde a la necesidad de organización interna del género y revela una función de globalidad temática (macroestructura hipertextual) a través de una representación arbórea con bloques multisequenciales de carácter temático (micro o macro estructuras locales)¹⁵⁸.

Esta clase de estructuras son posibles debido a la aplicación de la hipertextualidad, que junto con la multimedialidad, permiten el enriquecimiento del discurso tradicional escrito.

158 *Ibidem.*



*Ejemplo tomado de *La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo*.

Por su parte, López García identifica al menos dos tipos de reportaje que, si bien comparten esta misma estructura, encuentran sus diferencias en la finalidad para la cual son construidos:

- a) **Reportaje de Actualidad.** Este tipo de contenido puede mantener una vigencia permanente en Internet. Abarca un ámbito de la actualidad, más amplio y responde a un acontecimiento coyuntural en el tiempo, como en este caso, la condena impuesta en 2010 por autoridades iraníes a una mujer de nombre Sakineh para morir apedreada tras confesar adulterio.

En el reportaje observamos el índice de títulos de nodos que dan forma al reportaje. También hay entrevistas relacionadas con el tema, además de ligas a información externa para ampliar el contexto del hecho noticioso. Destaca la inserción de un espacio dedicado a la interacción de los lectores, que busca generar un debate sobre la decisión de las autoridades iraníes.

Ejemplo tomado de El País.com (2010).
 Versión ampliada: <http://www.elpais.com/especial/libertad-para-sakineh/> (13/04/11, 14:44pm)

b) **Dossier documental.** Se trata de una monografía sobre temas específicos sin llegar a ser estudios científicos o documentales televisivos. Se decide por este tipo de reportaje cuando la intención es difundir información especializada, como la radiografía de una problemática social o de un país, aunque los temas se encuentren fuera de actualidad.

Un ejemplo es el siguiente reportaje hipermedia que retrata la vida de miles de niños en cuatro regiones del mundo azotadas por la pobreza extrema y que funciona como una monografía a través de cuatro nodos principales y doce nodos secundarios.

Labels on the right side of the image:

- Cabeza
- Entrada

Labels on the left side of the image:

- Títulos principales o núcleo del reportaje
- Contextualización primaria del primer nodo
- Información externa

Ejemplo tomado de El País.com (2010).

Versión ampliada: <http://www.elpais.com/especial/los-agujeros-negros-del-planeta/bangladesh.html> (13/04/11, 13:10pm)

ii. Planificación y redacción

Al momento de planificar un reportaje hipermedia, el periodista debe tomar en cuenta que sus objetivos son los de llevar a cabo una cobertura a fondo y monográfica del tema, así como el de conjugar diferentes narrativas multimediales e hipertextuales para componer un único discurso.

Larrondo recomienda abordar el contenido del tema desde el empleo de una narración no secuencial, que facilita la relación entre los hechos narrados y las noticias publicadas sobre el asunto, anteriores y posteriores. Esto se consigue con la aplicación de la técnica del hipertexto como estructura organizativa de contenidos, que permite el grado de profundización del relato.

A su vez, el periodista debe visualizar cuáles elementos podrían ser difundidos mediante herramientas multimedia y qué otros podrían ser omitidos por la existencia de notas anteriores que ya trabajaron el tema.

Hay que observar vínculos lógicos que garanticen una armonía entre el contenido informativo presente de manera textual, visual, audiovisual, gráfica y sonora.

Esta visión multidimensional de los acontecimientos ofrece mayores oportunidades para comprender el verdadero alcance y significado del hecho en cuestión, ya que también el contexto consigue integrarse en un relato único y ordenado¹⁵⁹.

Una exigencia durante la redacción de este tipo de contenidos es el de garantizar un adecuado equilibrio entre la coherencia informativa y la densidad informativa, señala la catedrática española. Recomienda también la creación de un índice de secciones o menú de contenidos accesible desde todas las páginas o nodos del reportaje.

Estas medidas tienen como único objetivo proveer al contenido de accesibilidad, necesaria para que el usuario acceda desde cualquier punto y lugar de lectura a la información que desea. Tengamos presente que el lector es quien le dará sentido a la producción realizada por el periodista.

Las características propias de estos cibermedios han propiciado la aparición de una nueva redacción periodística que, como hasta ahora hemos visto, han afectado de manera directa la presentación de contenidos en la web.

Estas nuevas formas discursivas aprovechan los recursos tecnológicos y las características del entorno digital para satisfacer las necesidades de los lectores.

Esta situación afecta también a los géneros periodísticos, ya que sufren un fenómeno de hibridación, en el que cada uno de los formatos asocia sus rasgos distintivos para dar lugar a un tercero de características mixtas, como sucede con la crónica digital que puede incluir relato y entrevista con alguna persona al mismo tiempo.

- Presencia de los Cibergéneros Periodísticos en ambos medios

	Presencia de los Cibergéneros Periodísticos			
	NOTAS	CRÓNICAS	ENTREVISTAS	REPORTAJES
EL UNIVERSAL.MX	171	6	2	0
EL PAÍS.COM	113	8	9	12

CONCLUSIONES

Ciberredacción periodística: Una aproximación conceptual a las características del periodismo digital es un trabajo en el cual planteamos las bases para la discusión y construcción de un lenguaje ciberperiodístico propio, presentamos una compilación de claves lingüísticas y tecnológicas que buscamos sean difundidas para afrontar los cambios de estilo, sintaxis, pero sobre todo para librar el desafío que significa para los periodistas acoplar los géneros tradicionales de escritura a este nuevo medio.

Partimos de la idea de que las características propias de Internet como hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, son herramientas adoptadas por los periodistas con el fin de desarrollar nuevas fórmulas narrativas dentro de un escenario cibernético, donde no tienen cabida las técnicas estrechamente ligadas a los medios impresos.

Si bien con la llegada de los medios audiovisuales, los formatos periodísticos sufrieron modificaciones en su estructura, Ainara Larrondo explica en su libro *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual* que la llegada de Internet no sólo exige modificaciones sino una reestructuración de todo el sistema hasta hoy conocido.

El Universal.mx y El País.com tienen en común la invención de técnicas, herramientas y estilos que ya forman parte de un tipo de prensa que muestra diferencias cruciales respecto a la escrita y audiovisual, como el diseño de contenidos periodísticos mediante nuevas tecnologías, pero todavía varios de los periodistas y editores en Latinoamérica desconocen lo específica que resulta esta actividad.

De frente este escenario, en las siguientes líneas presentamos las conclusiones a las que llegó esta investigación, aunque consideramos necesario señalar que este trabajo puede situarse como punto de partida para animar y encauzar próximas indagaciones sobre el inquietante panorama que enfrente el periodismo.

Conclusiones generales de la investigación

1. El uso del hipertexto en los contenidos periodísticos

La información presente en Internet tiene igual importancia que los enlaces que permiten dar con ella. Observamos que el propósito de usar la hipertextualidad en los cibermedios es dotar de mayor amplitud y contexto a la información, con otras noticias o fuentes ajenas al medio, además de aportar más recursos textuales o multimedia. La ubicación y uso que se le dé a los enlaces impactarán de forma directa entre los usuarios.

En este contexto, los diarios digitales en Hispanoamérica no hacen uso del hipervínculo a gran escala, se encuentran todavía en una etapa de conocimiento y

adaptación a esta característica. Basta decir que más del 68 por ciento de los contenidos analizados en ambos medios (en total, 320) no cuentan con hipervínculos dentro del cuerpo de la nota.

El Universal.mx fue donde se registró más esta ausencia: en el 92 por ciento de sus textos, mientras que en El País.com sólo apareció en el 37 por ciento.

Estos resultados exponen la necesidad de diseñar contenidos que aprovechen la hipertextualidad como nueva posibilidad lingüística para construir no sólo nuevos y mejores canales de comunicación, sino también para modificar de forma positiva los géneros y formatos periodísticos hasta hoy conocidos.

2. La presencia de la multimedialidad

El régimen de Internet elimina la competencia entre las distintas formas de periodismo, ya sea escrito o audiovisual. Ahora más que antes todos los contenidos, sean fotos, videos, audios, gráficos interactivos o textos, desfilan por la red sin distinción.

Pero hay que decir que ambos medios aquí analizados no han explotado de forma eficaz los recursos técnicos que ofrece Internet pese a que la parte gráfica y multimedia es una posibilidad que dota a la información de mayor contexto y profundidad. Esta situación la atribuimos en gran medida a la falta de capacitación de los periodistas y editores en el manejo de estas herramientas.

Nuestros resultados muestran una fuerte polaridad en cuanto al número de cibertextos que utilizan elementos multimedia. Se trata de una diferencia de más del 50 por ciento entre el diario español (116) contra el mexicano (53), aunque en su conjunto sólo representan la mitad de la muestra analizada.

Destaca la utilización de fotografías en ambos medios, que es muy superior a los otros formatos, como video o gráficos interactivos. Este número tan elevado de imágenes se explica tanto por la utilización intensiva de éstas como por el uso habitual de la repetición de unos mismos elementos durante diferentes días.

Otro dato que resulta de suma importancia es que más del 90 por ciento de los recursos son asincrónicos, esto quiere decir que no se trata de elementos que permitan la transmisión en directo de los hechos y así dar continuidad a la información.

3. De la audiencia a la red

El nuevo reto que enfrenta el periodismo en Internet es la repentina proliferación de la comunicación más que la invención de un medio. Hay un nuevo universo de mensajes instantáneos, intercambio de mensajes en tiempo real, la utilización de la red en los teléfonos móviles, en conjunto se trata de una red abierta donde los usuarios exigen estar informados al momento.

Desde sus lanzamientos a principios de la década pasada, El País.com y El Universal.mx han tomado interés por alimentar esta relación e incrementar así la participación de sus lectores/usuarios. Esta característica los distingue y singulariza de otros medios en el periodismo digital hispanoamericano y de sus precedentes impresos.

En conjunto, ambos medios presentaron 16 herramientas destinadas a la interactividad, los resultados evidenciaron una mayoría de tipo dialógicas, esto es destinadas a fomentar la participación, sobre las que posibilitan la personalización del medio.

Su análisis arrojó que la tradicional relación prensa-público se ha visto alterada. En ambos medios ya no es posible entender la figura del lector pasivo pues estos nuevos espacios de comunicación están diseñados para nuevos actores, los usuarios, a quienes les ofrecen múltiples posibilidades para interactuar y propiciar una participación activa mediante blogs, redes sociales, encuestas, foros y chats.

Es importante señalar que, en menos de 24 horas, las notas pueden sumar más de 400 comentarios publicados y, debido a la carencia de normas estrictas sobre el lenguaje que el usuario puede utilizar, la mayoría de las opiniones vertidas exaltan la intolerancia, el racismo y las descalificaciones.

Otras herramientas encontradas durante el análisis responden a la personalización, las cuales permiten al usuario seleccionar el tipo de actividades que desea realizar, decidir el itinerario de su lectura o ajustar la tipografía a sus necesidades propias, pero niegan cualquier intervención en el diseño y redacción de las notas publicadas.

Concluimos que diseñar la interactividad y participación en la prensa digital a partir de estas estructuras, implica asumir un nuevo paradigma: comprender a los cibermedios como herramientas para la consulta de información y no como presentaciones estáticas. Esto es porque el lector se transforma en usuario y el diario digital, en aplicación.

4. Los géneros periodísticos se adaptan

Los géneros periodísticos en El Universal.mx y El País.com se han adaptado a la red con nuevos rasgos y características, debido a que en su forma tradicional se han mostrado insuficientes para responder a las nuevas demandas del periodismo digital.

En esta nueva prensa, con todos los medios mezclados, los géneros se reconstituyeron en función de las realidades que forman ya parte de la cobertura diaria del periodista digital: la coexistencia entre el mundo real y el virtual.

Así lo observamos con el uso, por ejemplo, de la nota informativa, la cual ha cobrado tal grado de protagonismo en los diarios digitales que compete en tiempo

real con la televisión y la radio. Los resultados de nuestro análisis confirman que este género tuvo mayor presencia en ambos medios sobre otros como el reportaje o la entrevista.

De los 179 textos que examinamos en El Universal.mx, 171 resultaron ser notas informativas, lo que representa más del 95% de la muestra. Este escenario se repite en El País.com, donde encontramos 113 entre los 141 contenidos, esto es un 80% del *corpus* del medio español.

En el ciberespacio, las nuevas características de este género en particular le permiten no restringir la presentación de los datos sólo al texto; ahora también se vale de nuevos recursos como videos, audios y fotografías para difundir la información. El límite en el espacio, condicionante en medios impresos, no existe más en Internet.

Otro caso para destacar es el de la crónica, un género que además de conservar sus características clásicas, como la narrativa y la cronología de sucesos, en el periodismo digital adopta técnicas como la redacción en tiempo real o la inclusión de reportes ciudadana, elementos multimedia y de interacción.

La interactividad también ha transformado a la entrevista en los diarios digitales, porque ha permitido la participación directa de los lectores durante el diálogo con el entrevistado. El periodista toma entonces el lugar de moderador y los lectores, el de entrevistadores. En este formato los usuarios envían sus preguntas a través del diario digital y el entrevistado las responde en vivo.

Dentro del ciberperiodismo, el reportaje es quizá el único género periodístico poseedor de un nuevo concepto que le ha valido una evolución con sus predecesores de los medios impresos y audiovisuales.

Los ciberperiodistas han explotado de este género su capacidad de diversificarse y de desplegar nuevas maneras de relatar los hechos, mismas que les han permitido aprovechar características como la hipertextualidad, para profundizar y documentar al máximo la información.

Pese a estas cualidades que lo hacen uno de los formatos más novedosos en los diarios digitales, el reportaje no tiene la misma presencia en el ciberperiodismo como la nota informativa, misma que registramos 23 veces más durante nuestro estudio.

Estos resultados nos revelan un tipo de periodismo que exige transformaciones constantes a las características de los formatos utilizados para difundir el mensaje periodístico. Hay que destacar que estas nuevas formas discursivas, caracterizadas también por un fenómeno de hibridación de herramientas que da lugar a los cibergéneros periodísticos, satisfacen las necesidades de los usuarios.

Tras analizar los resultados obtenidos, consideramos que esta nueva forma de ejercer el periodismo carece de teoría y manuales actualizados de las

innovaciones tecnológicas y lingüísticas, pese a que los lectores demandan un nuevo perfil de los periodistas, que se adapte mejor a las particularidades de su medio de trabajo, Internet, y que les permita moverse con rapidez entre la información a cubrir.

Los ciberperiodistas deben poseer poder de decisión contrarreloj, experiencia en trabajo en grupo, interpretación y destrezas para relacionar el hecho con eventos similares que involucren la misma matemática, y, por supuesto, afinidad con herramientas tecnológicas, bases de datos, archivos informativos, buscadores e interfaces de toda índole.

La irrupción de la Red y la obligada readaptación de los medios de comunicación tradicionales a este nuevo entorno están exigiendo un esfuerzo mayor tanto a profesionales como a teóricos de la materia por adecuar el mensaje a los nuevos canales de transmisión y repensar la estructura de las unidades textuales informativas.

Estamos aún frente a un universo hispano de medios pioneros, algunos sólo con versiones digitales y otros que se arriesgan en su paso del impreso a Internet. Estos equipos periodísticos elaboran sus propios instrumentos y, lo que hoy son sus compilados de reglas a seguir, se trata más bien de las suma de las prácticas que aplican.

Nos alienta saber que el oficio está cambiando para enfrentar este escenario y esperamos con nuestro trabajo contribuir a esta labor. Internet ha marcado el nacimiento de una nueva historia de la comunicación y consideramos que el análisis de sus avances estimula a la comunidad académica a edificar el periodismo digital del futuro.

FUENTES CONSULTADAS

1. BARDIN, Laurence, *El Análisis de Contenido*, Madrid: Ediciones Akal, 3ª edición, 2002, pp. 177.
2. BELLOCH, Consuelo, “Aplicaciones multimedia interactivas: clasificación”, artículo publicado por la Universidad de Tecnología Educativa, departamento de la Universidad de Valencia, España, 2004. [www.uv.es/bellochc/pdf/pwtic3.pdf]
3. BENAVIDES, José Luis, *Escribir en prensa*, Madrid: Pearson Educación, 2ª edición, 2004, pp. 408.
4. CAIRO, Alberto, “Interactividad en infografía de prensa”, en *Malofiej*, número 15, 2008. [<http://www.tdmm2.fba.unlp.edu.ar/TDMM2/articulomalofiej.pdf>]
5. CORRALES, Carlos, *El Diseño de la Interactividad*, presentación hecha para la Universidad Jesuita de Guadalajara, 2009. [www.slideshare.net/carloscd38/interactividad]
6. CALDEVILLA, David; González, Cristina, “La nueva narrativa en el periodismo binario”, en *El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria*, España: XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca, 2010, pp. 516.
7. CAMPOS Freire, Francisco, *Guía Didáctica: Gestión de nuevas empresas periodísticas*, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja-Editorial Universitaria, 2008, pp. 113.
8. CANAVILHAS, João, seminario “El webperiodismo en su laberinto”, 2011. [<http://www.fnpi.org/index.php?id=2358>]
9. DÍAZ Noci, Javier, *Los Géneros Ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos*, Santiago de Compostela: II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, 2004. [www.ehu.es/diaz-noci/Conf/santiago04.pdf]
- 10.-----, *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*, Bilbao: Universidad del País Vasco – Servicio Editorial, 2002, pp. 234.
- 11.-----, *La interactividad y el periodismo online: una aproximación teórica al estado de la cuestión*, propuesta metodológica presentada en el foro “Dialogos possiveis”, Brasil: Universidad Federal de la Bahía, 2006. [www.faculdadesocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/9/1dp_javier.pdf]

12. ECHEVERRÍA, Javier, *Internet y el periodismo electrónico*, Sala de Prensa, año/vol. 1, Primera Época, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, 1998. [www.saladeprensa.org/art08.htm]
13. ECO, Umberto, *¿Cómo se hace una tesis?*, España: Editorial Gedisa, 1ª edición, 2001, pp. 256.
14. EDEL Navarro, Rubén, *Diseño de Proyectos de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, México: Plaza y Valdés, 2007, pp. 268.
15. FERNÁNDEZ Calvo, Rafael, *Glosario básico inglés-español para usuarios de Internet*, Asociación de Técnicos de Informática, 2003. [www.ati.es/novatica/glosario/glosario_internet.html]
- FRANCO, Guillermo, *Cómo escribir para la web*, Estados Unidos: Knight Center Journalism in the Americas, 2008, pp. 221.
16. -----, "Eltiempo.com revela radiografía del periodismo digital y los periódicos web en Latinoamérica", 2007. [<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3484752>]
17. GARCÍA, Hilda, "El lenguaje del periodismo en Internet", en Revista Mexicana de Comunicación, abril-junio 2011, edición 126, pp. 4-14.
18. GIL, Quim. "Diseñando el periodismo digital", en *Sala de Prensa*, año/vol. 2, número 13, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, 1999. [www.saladeprensa.org/art89.htm]
19. GRIJELMO, Alex, El ciberlenguaje provisional, 2002. [www.cgnet.org/nuestroidioma/hemeroteca/ciberlenguaje.html]
20. -----, *El estilo del periodista*, España: Taurus, 2007, 4ª reimpresión, pp. 609.
21. GOLDENBERG, Sergio, "La interactividad: El desafío pendiente del periodismo online", en *Cuadernos de Información*, número 18, Santiago: Universidad Católica de Chile, pp. 80-87.
22. GONZÁLEZ, Antonio López, "Los periódicos digitales hispanos: ejemplos de la unidad y diversidad de la lengua española", ponencia presentada en el XIV Congreso Internacional de ASELE en Burgos (España), 2003. [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_1081.pdf]
23. GUÍZAR García, Elizabeth Fabiola, *Los titulares en la prensa mexicana del siglo XX. Estudio del diario El Universal*. Asesora: María de Lourdes Romero Álvarez, UNAM-FCPYS, 2007, pp. 220.

24. JENSEN, Jens Frederik; ANDERSEN, Peter Bøgh; HOLMQVIST, Berit (eds.), *The Computer as Medium*, Inglaterra: Cambridge University Press, 1994, pp. 495.
25. LARRONDO URETA, Ainara, *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*, España: UPV, 2009, pp. 215.
26. -----, “La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo”, en *Comunicación y Sociedad*, vol. XXII, número 2, España: Universidad del País Vasco, 2009. [www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=317]
27. LÓPEZ González, Antonio María, *Los periódicos digitales hispanos: ejemplos de la unidad y diversidad de la lengua española*, Burgos: XIV Congreso Internacional de ASELE, 2003. [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_1081.pdf]
28. LÓPEZ Hidalgo, Antonio, *Los géneros periodísticos en la red: una clasificación posible para un medio en evolución*, en *Estudios de Periodismo*, España: Universidad de Sevilla, 2004. [www.periodismoudec.cl/estudiosdeperiodismo]
29. MACHADO, Arlindo, *El paisaje Mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*, Argentina: Universidad de Buenos Aires – Servicio Editorial, 2000, pp. 344.
30. MACHADO, Elías; BORGES, Clarissa; MILENA, Miranda, “Géneros narrativos en el periodismo digital baiano”, en *Sala de Prensa*, año/vol. 2, número 63, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, 2004. [<http://www.saladeprensa.org/art517.htm>]
31. MARTÍN Herrera, Inma, “Ciberredacción periodística: nuevo lenguaje para un nuevo medio”, en *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, número 92, diciembre 2005, pp. 24-29.
32. MARTÍNEZ Albertos, J. L., *Curso General de Redacción Periodística*, Madrid: Ediciones Paraninfo, 2002, pp. 600.
33. MILENA, Marta, “Los Diarios Digitales en América Latina: entre la revolución, la redefinición y la frustración”, en *Investigación y Desarrollo*, año/vol. 15, número 002, Barranquilla: Universidad del Norte, pp. 436-465.
34. MOLINA, Pedro, *Ciberperiodismo e interactividad: entre la participación y la apariencia*, en *Anàlisi*, número 36, España: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 175-182.

35. MORALES, Mario. "Tendencias y debates actuales en el periodismo digital", en *Signo y Pensamiento*, julio-diciembre, año/vol. XXIV, número 047, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, pp. 87-104.
36. NIELSEN, Jakob, Long vs. Short Articles as Content Strategy, en *Alertbox*, noviembre 2007. [www.useit.com/alertbox/content-strategy.html]
37. ORIHUELA, José Luis, *Narración y No-linealidad*, España: Universidad de Navarra, 2000. [www.ehu.es/netart/alum0506/ainhoa_diaz/analisis2.htm]
38. PALACIOS, Marcos; DÍAZ Noci, Javier (eds.), *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009. [www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos]
39. PAUL, Nora; FIEBICH, Cristina, *Elements of digital storybuilding* (Cinco elementos de la narrativa digital), Minneapolis: University of Minnesota, Institute for New Media Studies and The Media Center, 2005. [www.inms.umn.edu/elements]
40. PÉREZ, Adolfin, *Elementos para el análisis de la interacción educativa en los nuevos entornos de aprendizaje*, en *Pixel-Bit*, junio, número 19, España, 2002. [www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n19/n19art/art1904.htm]
41. RADWANICK, Sarah, *Latin America – A Story of Growth*, en Comscore, 2010. [http://blog.comscore.com/2010/06/latin_america_growth.html]
42. RIVERA, Diana, "Evolución del Ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja", en *Razón y Palabra*, número 71, 2009. [www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/11%20RIVERA_REVISADO.pdf]
43. ROMERO Álvarez, María de Lourdes, *La realidad construida en el periodismo*, México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México – Miguel Ángel Porrúa, 1ª edición, 2006, pp. 204.
44. ROST, Alejandro, "¿Es la crónica en directo un nuevo género periodístico", en *Periodismo y otras Yerbas*, 2012. [<http://periodismoyotrasyerbas.blogspot.mx/2012/03/es-la-cronica-en-directo-un-nuevo.html>]
45. ROYO, Javier, *Diseño digital*, Barcelona: Editorial Paidós, 2004, pp. 214.
46. RYAN, Marie-Laure, *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*, Barcelona: Paidós, 2004, pp. 456.

47. SALAVERRÍA, Ramón, *¿Cómo escribir para la prensa digital?*, en Mediación.com, España: Universidad de Navarra, 2003. [www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0410-02.pdf]
48. -----, "De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital", en *Novática* Revista de la Asociación de Técnicos de la Informática, vol. 142, noviembre-diciembre, 1999, pp. 12-15.
49. -----, *Redacción Periodística en Internet*, España: EUNSA, Pamplona, 2005, pp. 184.
50. -----, Explorando nuevos formatos redaccionales informativos para la web, 2002. [www.e-periodistas.blogspot.com]
51. SANTAELLA, Lucía, *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do lector imersivo*, São Paulo: Paulus, 2005, pp. 102.
52. Sin autor, *¿Quiénes somos?*, Grupo de Diarios de América, 2011. [http://www.gda.com/Quienes_Somos/index.php]
53. Sin autor, *La historia*, en EL PAÍS.com, 2007. [www.elpais.com/lahistoria]
54. Sin autor, "Los diarios de Latinoamérica deben avanzar hacia la interactividad", en *Tendencias Digitales*, 2009. [www.tendenciasdigitales.com/221/los-diarios-de-latinoamerica-deben-avanzar-hacia-la-interactividad/]
55. Sin autor, *Historia*, en EL UNIVERSAL.com.mx, 2001. [<http://www.eluniversal.com.mx/disenio/directorios08/historia1.html>]
56. Sin autor, *Tuenti Most Popular Social Networking Site in Spain*, Comscore, 2009. [www.comscore.com/esl/Press_Events/Press_Releases/2009/2/Social_Net_working_Spain]
57. Sin autor, "Newspaper Extinction Timeline", en *Future Exploration Network*, 2010. [www.futureexploration.net/Newspaper_Extinction_Timeline.pdf]
58. SUÁREZ-Iñiguez, Enrique, *Cómo hacer la tesis: la solución a un problema*, 2ª edición, México: Trillas, 2007 (reimpresión 2009), pp. 83.
59. URDANETA, Joyceleine, Modelo piramidal no lineal y Redacción en cibermedios, en *Revista Electrónica de Estudios Telemáticos Télématique*, vol. 6, número 2, 2007, pp. 18-32.

60. VIANELLO Osti, Marina, *El hipertexto entre la utopía y la aplicación: identidad, problemática*, España: Ediciones Trea, 2004, p. 360.
61. VIOLA, Bill, "Y aura-t-il copropriété dans l'espace des données", en *Année*, número 48, Francia, pp. 61-78.

ANEXO

8. GLOSARIO¹⁶⁰

- **BANNER.** Se trata de un anuncio gráfico, el cual suele ser rectangular y animado; se halla en las páginas electrónicas.
- **ECOSISTEMA PULL.** Define al tipo de relación que los usuarios mantienen con los medios tradicionales, como prensa, radio y televisión, donde ellos son quienes van en busca de la información.
- **ECOSISTEMA PUSH.** Refiere al tipo de relación que sostienen los usuarios con los medios de comunicación digitales, donde la información es quien va por los lectores, sobre todo a través de las redes sociales que emergen como un nuevo canal.
- **HIPERTEXTUALIDAD.** Así se define a la función que cumplen los hipervínculos o ligas a otras notas que dirigen al usuario a otras páginas electrónicas; en los contenidos periodísticos amplían el contexto.
- **INTERACTIVIDAD.** La participación que tienen los usuarios en los medios digitales, a través de varias alternativas como la modificación de la información o establecer rutas alternas de lectura.
- **MULTIMEDIALIDAD.** Aplica para la distribución de mensajes a través de otros códigos lingüísticos distintos al texto, como visuales y sonoros.
- **ESTRATOS DE INFORMACIÓN.** Los niveles de profundidad que puede alcanzar un contenido digital, se trata de las páginas que se enlazan con el texto principal mediante el hipertexto.
- **TIPOS DE INTERFACES.** De acuerdo con Antonio Moreno, existen distintos tipos de interfaces¹⁶¹, las más usuales son las siguientes:
 1. **Interfaz de pantalla completa.** En ella el diálogo se puede desarrollar dentro de las dos dimensiones de la pantalla.
 2. **Interfaz de usuario.** Conjunto de dispositivos, tanto físicos como lógicos, que permiten interactuar de una manera precisa y concreta con un sistema.

160 Las definiciones fueron elaboradas con base en la observación directa y en la experiencia cotidiana con cada uno de los conceptos.

161 Antonio Moreno Muñoz, *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*, España: Paidós, 2000, p. 207.

3. **Interfaz gráfica de usuario.** Partiendo de la manipulación directa, cuenta con elementos básicos como las ventanas, los íconos, los menús y el dispositivo apuntador.
4. **Interfaz orientada a función.** En ella el diálogo se establece tecleando una serie de comandos con el fin de obtener el resultado deseado.
5. **Interfaz orientada a línea.** Es aquella en la que el diálogo se produce a línea, mediante un lenguaje de preguntas y órdenes o comandos.