

**INTERACTIVIDAD, MULTIMEDIA Y RETÓRICA HIPERMEDIA PRESENTES
EN EL PERIÓDICO ONLINE VANGUARDIA.COM EN LOS AÑOS 2010 Y
2011**

CARLO MARIO TORRES NIEVES

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
BUCARAMANGA
2011**

**INTERACTIVIDAD, MULTIMEDIA Y RETÓRICA HIPERMEDIA PRESENTES
EN EL PERIÓDICO ONLINE VANGUARDIA.COM EN LOS AÑOS 2010 Y
2011**

CARLO MARIO TORRES NIEVES

**Trabajo de investigación
para optar por el título de
Comunicador Social- Periodista**

**Directora del proyecto
ESP. JOHANNA BEJARANO BARRAGÁN
COMUNICADOR SOCIAL- PERIODISTA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
BUCARAMANGA
2011**

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Abril de 2011

AGRADECIMIENTOS

Sentir la satisfacción de culminar un proyecto profesional en el que se han visto involucradas personas de mi entorno académico, familiar y social, me llena de alegría y de orgullo propio, porque pude corresponderles al acompañamiento tan valioso que me brindaron durante las diversas etapas que viví en la construcción, desarrollo y conclusión de ésta propuesta investigativa, la cual puso a prueba los conocimientos adquiridos durante cinco años de preparación académica en uno de los mejores claustros universitarios de la región y del país, como lo es la Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Bucaramanga.

En primera instancia, agradezco a Dios por darme claridad en mis pensamientos, en mis ideales y en mis anhelos como persona antes que como profesional. Los afectos y apoyos de mi madre, mi padre y mi hermana han sido el motor para no distraer mi atención de las metas que he trazado para mi bien y bendición de toda mi familia. Finalmente, y sin restarles importancia, quiero dar gracias a los docentes Johanna Bejarano y Giovanni Bohórquez por la magnífica dirección y asesoría en el laborioso proceso que exigió el análisis de la comunicación desde espacios donde la tecnología y la información son la clave fundamental para sobrevivir en un mundo cada vez más competitivo.

CONTENIDO

	página
INTRODUCCIÓN.....	10
1. PREGUNTA PROBLEMA.....	13
2. OBJETIVOS.....	14
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
3. MARCO TEÓRICO / CONCEPTUAL.....	15
3.1 CAMINOS PARA LA CREACIÓN DE UN NUEVO MEDIO.....	15
4. METODOLOGÍA.....	36
4.1. ESTRUCTURA – PLANTILLA DE ANALISIS PARA LA HOMEPAGE.....	41
4.2. ESTRUCTURA – PLANTILLA DE ANALISIS PARA LA PÁGINA DE BUCARAMANGA EN LA SECCIÓN SANTANDER, Y LA PÁGINA DE COLOMBIA EN LA SECCIÓN ACTUALIDAD.....	44
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	48
5.1 ANÁLISIS DE LA HOMEPAGE.....	48
5.2 ANÁLISIS DE LA PÁGINA BUCARAMANGA DE LA SECCIÓN SANTANDER.....	52
5.3 ANÁLISIS DE LA PÁGINA COLOMBIA EN LA SECCIÓN ACTUALIDAD.....	53
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS.....	63

LISTA DE TABLAS

	Página
TABLA 1: Estructura – Plantilla de análisis para la <i>Homepage</i>	41
TABLA 2: Estructura – Plantillas de análisis para la página de Bucaramanga en la sección Santander y la página de Colombia en la sección Actualidad.....	44
TABLA 3: Tabla de resultados globales del análisis de la <i>Home-Page</i>	70
TABLA 4: Tabla de resultados globales del análisis de a la página Bucaramanga en la sección Santander.....	72
Tabla 5: Tabla de resultados globales del análisis de la página Colombia en la sección Actualidad.....	74

LISTA DE ANEXOS

Anexo A: Matriz aplicada	M.M
Anexo B: Tablas	M.M

*M.M: Medio Magnético

RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: INTERACTIVIDAD, MULTIMEDIA Y RETÓRICA HIPERMEDIA PRESENTES EN EL PERIÓDICO ONLINE VANGUARDIA.COM EN LOS AÑOS 2010 Y 2011.

AUTOR: Carlo Mario Torres Nieves.

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social - Periodismo.

DIRECTOR: Esp. Johanna Paola Bejarano Barragán

RESUMEN

Con la llegada del internet, los grandes volúmenes de información que son difundidos diariamente por los múltiples medios de comunicación tradicionales, adquirieron un nuevo espacio donde ser divulgados y, a su vez, ser susceptibles de cualquier modificación por parte de los millones de usuarios que acceden al ciberespacio.

Bajo esta mirada, los periódicos online tienen la responsabilidad de brindar un producto comunicativo e informativo que facilite al lector en línea accesibilidad y lectura de la mayor cantidad de datos.

Contribuyendo al logro de este propósito, esta investigación establece un acercamiento hacia el análisis de la versión digital del periódico Vanguardia Liberal de la ciudad de Bucaramanga, a través del estudio de elementos característicos de los medios digitales, tales como la interactividad, la multimedia y la retórica hipermedia. Estos serán los referentes para evaluar la óptima o deficiente legibilidad de los productos periodísticos presentados en dicho medio digital.

PALABRAS CLAVES: Accesibilidad, legibilidad, interactividad, multimedia y retórica hipermedia.

OVERVIEW OF WORK DEGREE

TITLE: INTERACTIVITY, MULTIMEDIA Y RHETORIC HIPERMEDIA PRESENT IN THE ONLINE NEWSPAPER VANGUARDIA.COM ON 2010 AND 2011.

AUTHOR: Carlo Mario Torres Nieves.

FACULTY: Social Communication and Journalism Faculty

DIRECTOR: Esp. Johanna Paola Bejarano Barragán

ABSTRACT

With the advent of the Internet, the biggest amounts of information that are showing daily by the multiple traditional media, won a new space where they could be disclose and, at the same time, they could be sensitive to whatever change by the millions of users accessing on the cyberspace.

Under this view, the online newspapers have the responsibility to bring a communicative and informative product that make easy to the online reader the accessibility and reading of the most volumes of data.

Contributing to the achievement of this purpose, this investigation provides an approach to the analysis of the digital version of the Vanguardia Liberal's newspaper from Bucaramanga city, through of study of characteristic elements of the digital media like interactivity, multimedia, and the rhetoric hipermedia. They will be the concerning to evaluate the optimal or deficient legibility of the journalistic products showed into this online media.

KEY WORDS: Accesibility, legibility, interactivity, multimedia and rhetoric hipermedia.

INTRODUCCIÓN

Los conceptos entornos virtuales y comunicación reúnen una serie de características que logran proporcionar una fácil comprensión de la relación existente entre ellos; en dicha correspondencia intervienen: las plataformas de aplicación, los sistemas informáticos, las herramientas virtuales, habilidades y capacidades ligadas a los procesos de digitalización de signos análogos, textos, sonidos, imágenes, todas ellas manipuladas en tiempo real.

Teniendo en cuenta que dichos entornos son explícitamente instrumentos que hacen más ágiles los esquemas de envío y recepción de datos, se puede asegurar que una herramienta virtual como la web es un medio que va más allá de la comunicación y su potencial para interrelacionar a millones de usuarios al instante; también, se pueden clasificar como mediadoras en los mecanismo de comunicación de masas.

En este sentido, es adecuado mencionar que estos entornos desarrollados en la virtualidad dejan a la vista un conjunto de rasgos que permiten establecer comparaciones con los espacios tradicionales de comunicación.

La interactividad es uno de los aspectos más representativos para establecer esta diferencia, ya que en internet los usuarios tienen la capacidad de crear vínculos comunicativos con el sitio que visitan, por medio de comentarios y sugerencias en los campos que la página disponga para ello; es por esta razón, que se concibe como un medio en el que tanto emisor como receptor pueden manipularlo al mismo nivel.

En el apogeo de estas nuevas formas de producir comunicación se ha llegado a profundizar en la adaptación de los medios de comunicación tradicionales a internet, como es el caso de la prensa, que hoy día da muestras de sus continuos avances en la implementación de herramientas virtuales que promuevan un buen ejercicio de divulgación de hechos noticiosos y de interés público en el ciberespacio.

Los periódicos virtuales están reelaborando las formas de ejercer el periodismo, vinculando volúmenes considerables de información pública para la construcción de informes noticiosos y haciendo uso de herramientas que optimicen la calidad de la información que se presenta en los portales webs.

En estas plataformas, el periódico de papel reemplaza su estructura tradicional por una netamente electrónica. En este escenario se resalta la importancia del ciberespacio, como un fenómeno atrayente que permite difundir informes o primicias que la prensa desea publicar para satisfacer las necesidades de sus lectores. El uso de herramientas multimedia toma fuerza en los medios digitales, puesto que se desarrolla la integración de material audiovisual, fotográfico o sonoro que acompaña las noticias escritas y se incorporan imágenes que aludan a publicidad, links y otros elementos, con los cuales se reduce el tiempo de búsqueda.

En Colombia, los análisis acerca de este tipo de medios de información digitales son escasos; por ende, esta investigación dentro de su amplio esquema teórico – conceptual, apuesta por el estudio desde la perspectiva de una *nueva retórica* en la prensa digital, entendida como una técnica alternativa que pretende optimizar la calidad de la presentación de los productos periodísticos en internet, mediante el uso de herramientas virtuales.

Para lograr dicha propuesta, dentro del esquema investigativo de este proyecto se formuló un objetivo general que responde a determinar la presencia de elementos de multimedia, interactividad y nueva retórica en la edición digital de Vanguardia Liberal.

Realizado este estudio se espera generar beneficios directos a la Casa Editorial de Vanguardia Liberal en Bucaramanga, en el modo que los elementos arrojados en la investigación, puedan ser tenidos en cuenta para posibles revisiones o reestructuraciones a su página virtual. Visto desde una perspectiva más amplia, este estudio deberá tomarse como parámetro de análisis de las diferentes casas editoriales del país que estén pensando en vincular sus periódicos al internet.

Desde una perspectiva académica, esta propuesta investigativa pretende ser una herramienta de referencia para aquellos docentes y/o estudiantes que se interesan por generar reflexión y discusión, tanto sobre el conocimiento de la Internet, como de las ciencias de la comunicación y los alcances que está presente en relación con las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Por otra parte, en cuanto a sociedad, este proyecto abrirá nuevas alternativas para el diseño y diagramación de sitios web orientados a la publicación de periódicos o diarios en línea, que genere la aplicación de diversos métodos para presentar la información, sin que se pierda el sentido de la misma. A su vez, producirá en los usuarios de este medio de comunicación, mayor conocimiento, confianza y agilidad en el momento que deseen acceder a la búsqueda de información de cualquier clasificación.

El impacto que este proyecto de investigación produzca se orienta en términos de incrementar los niveles de calidad en la estructura de periódicos virtuales, con el fin de atraer nuevos y mejores públicos que se interesen por la información y sean difusores y constructores en la misma.

1. PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo se evidencian en Vanguardia.com los elementos propios de la interactividad, la multimedia y la retórica hipermedia, que la virtualidad propone?

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar los elementos de multimedia, interactividad y retórica hipermedia presentes en el periódico digital Vanguardia.com en los años 2010 y 2011.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconocer las herramientas virtuales que integran textos, sonidos e imágenes fijas o en movimiento, empleadas por Vanguardia Liberal para presentar la información noticiosa en su versión digital.
- Identificar los géneros periodísticos presentes en el portal.
- Conocer los soportes de acceso, motores de búsqueda simple y avanzada, para ingresar a la información contenida en Vanguardia.com.
- Analizar los procesos de retroalimentación con los lectores, mediante la implementación de plataformas de interacción en Vanguardia.com.

3. MARCO TEÓRICO / CONCEPTUAL

3.1 CAMINOS PARA LA CREACIÓN DE UN NUEVO MEDIO

La gran velocidad con la que se desarrollan procesos de comunicación e información en internet evidencian una serie de elementos teóricos y conceptuales que permiten establecer un contexto más claro, para identificar las características propias de la virtualidad en el periódico digital Vanguardia.com.

Es adecuado asegurar que se percibe una sociedad que demuestra interés por optimizar sus flujos informativos; de allí que ésta se ha connotado como una civilización informativa, cuya denominación se origina de las estrategias de producción y distribución de la información en la que los individuos y grupos sociales tienen cada vez más participación. Esto se hace más evidente en los cambios de los recientes estados de la economía y la sociedad mundial.

En estos procesos de desarrollo social, la particularidad está en las ideas innovadoras, sustentadas por los adelantos que la tecnología ha permitido y que, a su vez, dejan a la comprensión de todos, el porqué aquellos países que trabajan en la búsqueda de nuevos conocimientos experimentan una época de grandes oportunidades.

Sobre este particular Antonio Lucas Marín¹, en su libro *La nueva sociedad de la información: Una perspectiva desde Silicon Valley*, argumenta que existen quienes naturalmente optan por no seguir el ritmo que conlleva apropiarse de un estilo de vida influenciado por las nuevas tecnologías.

La representación de los beneficios obtenidos por este tipo de avances se refleja en una descendencia de pobladores dominados por la innovación y otros de adaptación tardía. No obstante, persisten en pocas cantidades los que aún

¹ LUCAS MARIN, Antonio, *La nueva sociedad de la Información: una perspectiva desde Silicon Valley*. Editorial Trotta, Madrid: 2000, 173 págs.

ven estos cambios como el fin de universo político y social. En medio de aquellos que viven con una visión futurista proporcionada por los avances tecnológicos, y los que se oponen e imposibilitan su desarrollo, se puede ratificar la existencia de un vínculo que obstaculiza la evolución de la sociedad de la información; asunto que el espacio y el tiempo tendrán que depurar por la apropiación de unos o el inconformismo de otros, como causales de un mundo globalizado.

Por esta razón, es infalible mencionar que las nuevas sociedades poseen un aspecto que las relaciona entre sí y este proviene del carácter que se le ha otorgado a la información. Cabe aclarar que esta tendencia no deberá asimilarse como un asunto de moda, en cambio, deberá concebirse como un estímulo de respuesta hacia la relevancia que cobra en el ciberespacio la labor de la información, para cubrir de manera concisa todas las incógnitas de la tecnología, la sociedad y la economía.

De igual modo, Lucas Marín asevera que, en sociedades avanzadas la posibilidad de caer y enfrentar los obstáculos técnicos, tales como en el campo de la producción económica o en la eficacia del manejo de estrategias para la disolución de problemas de orden social, se encuentran compaginadas en la ejecución, distribución y control de volúmenes inmensurables de información.

Mario Pérez Montoro², en su artículo *Información y comunicación en los entornos virtuales*, señala que gran parte de las acciones del ser humano están condicionadas sobre el esquema impuesto por la globalización de las tecnologías de la información y la comunicación. Esto significa que el empleo de los entornos virtuales tiene el poder de acabar con las barreras trazadas por las relaciones de tiempo y espacio, inmersas en el emisor y receptor, que suelen suscitarse en los diversos estamentos de comunicación y difusión de la

² PEREZ MONTORO, Mario. Información y Comunicación en Entornos virtuales. Revista virtual Razón y Palabra, Edición No 38, (2004). Disponible desde Internet en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mperez.html>

información representadas en las teorías y conceptos que fundamentaron la historia de las comunicaciones.

Así mismo, Pérez afirma que el posicionamiento de este invento revolucionario, como lo es Internet, se ha conferido a los contextos de lo teórico. Continuamente, en los últimos años se han presentado en los mercados anglos, una cantidad de productos que enuncian la evolución de la era tecnológica, tales como blogs, medios periodísticos en línea y otras herramientas de la virtualidad orientadas a la tarea de transformar esta civilización concebida por la contemporaneidad como una sociedad informada.

Nace una nueva idea

“Los periódicos tradicionales con un prestigio establecido deben ser accesibles online con el objetivo de estar siempre disponibles para sus lectores y mantenerlos siempre bajo su halo de autoridad”: *Manuel Castells*³.

Los periódicos impresos, con el pasar de los años, han establecido estilos y maneras de consumo particulares, así como ámbitos de uso específicos. A través del servicio de suscripción se promueve hábitos de lectura individual, en espacios comunes como parques, cafeterías, medios de transporte y otros escenarios urbanos; además, incentivan a la producción de nuevos estilos discursivos para targets específicos.

Santiago Tejedor⁴ en su interpretación de la enseñanza del ciberperiodismo afirma que, con el surgimiento del ciberespacio⁵ todo ese movimiento que trae

³ CASTELLS, Manuel. La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad, Editorial Areté, Barcelona: 2001, 317 págs.

⁴ TEJEDOR CALVO, Santiago, La Enseñanza del Ciberperiodismo: de la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2007, 126 págs.

⁵ **Ciberespacio:** El ciberespacio, llamado algunas veces realidad virtual se describe como la capacidad de almacenamiento y provisión de grandes bases de datos (bibliotecas) de información que pueden accederse vía Internet. En lo que hace referencia a los debates sobre las relaciones hombre/máquina, las discusiones sobre el ciberespacio y la comunicación, estos han llevado a la conclusión de que el ciberespacio es un contexto óptimo para el desarrollo de capacidades de escritura. COLETTE, Daiute, El Ciberespacio: Un Nuevo Ambiente para Aprender a Escribir; EDUTEKA, Edición 17, Abril 5 de 2003, Disponible desde Internet en: <http://www.eduteka.org/CiberespacioEscritura.php>

a cuestras la prensa tradicional se ve amenazada, debido a que esta alternativa de hacer periodismo propone renovar los espacios y hábitos de lectura, los modos de escritura y de acceso a la información destinada a sus públicos objetivo; muestra de esto son los periódicos online y los dispositivos electrónicos que permiten al usuario realizar lecturas desde sitios poco recurrentes, como las computadoras (PC), teléfonos móviles, tabletas electrónicas, etc.

Los periódicos de circulación nacional o de carácter internacional más solicitados han demostrado una tendencia que pretende incorporar una edición en línea de su producto impreso. Centenares de materiales de prensa provenientes de sitios educativos y casas editoriales locales están iniciando un proceso de innovación, al ofrecer al lector un espacio virtual donde el acceso fácil a la información sea uno de sus objetivos primordiales.

No obstante, la construcción de estos sitios web de carácter periodístico ha sido catalogada por algunos autores y expertos en medios virtuales, como un complemento de la versión impresa, porque además de ofrecer lo comúnmente visto brinda soportes de acceso ilimitado, con elementos sofisticados para fomentar la interacción; de este modo, permite realizar continuas navegaciones sobre este, llevar a cabo recorridos virtuales por imágenes con o sin color y ofrecer rectificación inmediata de los errores que suelen cometerse en la presentación o redacción de la información, para ejecutar posteriormente una lectura amena y sin limitantes.

Diego Cenzano plantea que, los periódicos online se han caracterizado por ser una excelente plataforma para la publicación de anuncios comerciales, al mismo tiempo que incorporan nuevos elementos textuales que eduquen a la población de acuerdo a su ritmo de lectura. Las versiones en línea han conseguido los conductos técnicos que le permitan obtener de primera mano la información sobre hechos o sucesos desencadenados en un contexto local, sin importar las zonas dónde se generen. Sin embargo, se tiene el conocimiento de

que existe una cantidad de archivos web que suministran elementos argumentativos para la construcción de la noticia y su fácil actividad de búsqueda, con referencia de datos como la fecha de publicación o de origen⁶.

Elementos de un nuevo medio

Según Alejandro Rost⁷ en su texto, *El periódico digital: características de un nuevo medio*, los elementos característicos de la prensa digital que logran definirla como un medio innovador y la diferencia de los tradicionales son la interactividad, el hipertexto, la documentación, la actualidad múltiple, los recursos multimedia y la personalización.

Este autor define la interactividad como aquella característica que desarrolla en la web un componente lúdico relevante, y ese es, la opción que le da al usuario de jugar con el mouse o ratón. Pero si se incorpora esta interactividad en los periódicos digitales, garantizarían grandes posibilidades de acceso⁸, gestión y distribución de datos.

Con lo dicho anteriormente, el lector podría emprender diálogos con el equipo (PC) para definir trayectos de lectura a través de las herramientas de hipertexto; de igual modo, acceder a bloques más profundos de información. Por ejemplo, páginas externas al periódico y noticias publicadas con días de anterioridad.

⁶ CENZANO, Diego, Los periódicos retoman su apuesta por internet. En *Maestros de la web*. Diciembre 13 de 2005. Disponible desde Internet en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodicointern/>

⁷ ROST, Alejandro, *El periódico digital: características de un nuevo medio*, Red-acción, sitio web del Área Periodismo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, General Roca: Universidad Nacional del Comahue, Disponible desde Internet en: <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

⁸ El acceder a las fuentes de información que los periódicos online disponen en sus plataformas virtuales es de gran relevancia para: el lector en la medida en que éste tendrá la posibilidad de explorar una serie de archivos textuales, sonoros y audiovisuales, los cuales podrían satisfacer sus necesidades de lectura y/o búsqueda de datos; sin embargo, para los portales la importancia del acceso de sus usuarios a ellos, significarían ingresos por venta de publicidad, visitas diarias, etc. Por tal motivo toda prensa digital debe asegurarse que sus archivos de cualquier tipo sean compatibles a los navegadores web más utilizados por los cibernautas en Internet (Internet Explorer, Firefox, Google Chrome, entre otros), ya que estos programas son los que permiten visualizar la información que contiene una página web.

De manera similar, esta interactividad ofrece la posibilidad de personalizar contenidos, seleccionar las noticias que el usuario desea recibir en su correo electrónico.

Ramón Salaverría, por su parte, se refiere al elemento interactivo como parte decisiva en el diseño periodístico, que se ha calificado como una “técnica” que proporciona la ubicación adecuada de un grupo de elementos impresos y no impresos, sobre una plataforma graficada con la finalidad de jerarquizar y proveer legibilidad a las informaciones periodísticas⁹.

Desde la perspectiva de Salaverría, lo interactivo con un elemento esencial que le proporciona a las múltiples maneras de informar otra dimensión comunicativa; es decir, la interacción lector – página¹⁰.

Por otra parte, desde la perspectiva teórica el hipertexto es una herramienta informática por medio de la cual se puede establecer conexión entre varios textos de forma automática e instantánea. El hipertexto también permite conectar elementos sonoros, gráficos interactivos, de video, etc. Cabe aclarar que en el momento en que se lleguen a unirse otras formas de la información, en el caso de las imágenes fijas o en movimiento versus sonido, se haría referencia al concepto de hipermedia.

Sin embargo, aquel hipertexto que logre aportar mayor beneficio a una web o diario online, será el que amplíe el panorama de actualidad que caracteriza al medio, que da alternativas de acceder a los contenidos informativos, que puede integrar sonidos e imágenes, y que posibilita la participación activa del lector; lo cual significaría que el periódico digital que emplee este tipo de hipertexto, está otorgando mayores espacios de interacción para éste con el usuario.

⁹Diseño periodístico, en Newspaper Periódicos del Mundo, Disponible desde Internet en: <http://newspaper.buscamix.com/web/content/view/21/93/>

¹⁰ SALAVERRÍA, Ramón; SANCHO, Francisco, Op. cit., p. 4.

La hipertextualidad se fundamenta en la adecuada distribución de los nodos, es decir “los objetos entre los cuales es posible establecer relaciones como origen o destino de ligaduras”¹¹, que se relacionan entre sí para formar los elementos visibles por el usuario: documentos, informaciones, y el medio virtual como tal.

Otro de los elementos que caracterizan la conformación de un nuevo medio es la documentación. Esta propiedad es la que habilita a los periódicos en línea la capacidad de publicar y almacenar textos realmente extensos que serían de gran importancia para el lector, y que marcaría ventaja frente a los medios tradicionales. Subir a los portales web documentos completos, directamente le está aportando un status de profundidad informativa al mostrar cercanía de los autores y sus obras originales, de fuentes reales y de primera mano con el usuario.

No tener límite a la hora de publicar textos, imágenes, sonidos u otro tipo de archivo, es fundamental para lograr contextualizar la información que se divulga en el periódico digital. El nuevo medio brinda enlaces web a los archivos del periódico, a bases de datos diseñadas para hechos noticiosos en desarrollo, a bases de datos multimedia¹² inmersas en el servicio informativo y en informes escritos para mejorar la interpretación del suceso o personaje a relatar.

¹¹ LAMARCA LAPUENTE, María Jesús. Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Citando a Jack Nielsen. Disponible desde Internet en: http://hipertexto.info/documentos/h_hipertex.htm

¹² **Multimedia:** éste término en el ámbito de la comunicación se alude a dos realidades: por un lado, a los lenguajes, y por otro, a los medios. En el plano de los lenguajes o *plano comunicativo*, la multimedia se identifica en aquellos mensajes informativos transmitidos, presentados o percibidos unitariamente a través de múltiples medios. En el plano de los medios o *plano instrumental*, multimedia equivale a los "múltiples intermediarios" que pueden participar en la transmisión de un producto informativo. SALAVERRÍA, Ramón, *Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental*, Artículo publicado el 17 de mayo de 2001, Disponible desde Internet en: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm

Para Rost¹³, la prensa digital presenta una *actualidad múltiple*, a lo que se refiere cuando ésta brinda a sus lectores simultáneamente un menú de contenidos con diversas temporalidades internas.

De acuerdo con estos señalamientos, los contenidos poseen distintos tiempos de difusión. El lector que acceda al menú de contenidos tendrá la posibilidad de seleccionar noticias que son transmitidas en tiempo real, lo cual se conoce como *actualidad sincrónica*; sucesos noticiosos que salen a relucir durante el día y cuyos informes son publicados de manera constante a lo largo del día, o al siguiente (ya sean renovados por minutos y/o por horas), pertenecen a lo que Rost define como *actualidad reciente*.

Por el contrario, si la noticia contiene elementos que se van desarrollando en mucho más tiempo del esperado, tendría que compartir espacios entre los demás contenidos del periódico, lo cual corresponde a una *actualidad prolongada*; otros hechos, que continuamente serán de interés para los públicos y hacen presencia en secciones especiales, forman parte de la *actualidad permanente*.

La actualidad múltiple implica para los lectores del periódico la oportunidad de seleccionar el ritmo de divulgación y el tiempo interno de los informes noticiosos, dentro de las opciones que cada prensa digital ofrezca en su menú de contenidos.

Los periódicos online están en la capacidad de ofrecer cualquier tipo de información mediante el uso ilimitado de recursos virtuales y no virtuales: dibujos interactivos, fotografías, infografías¹⁴ animadas, audio, video y textos.

¹³ ROST, Alejandro, El periódico digital: características de un nuevo medio, Red-acción, sitio web del Área Periodismo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, General Roca: Universidad Nacional del Comahue, Disponible desde Internet en: <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

¹⁴ **Infografía:** la infografía es un elemento ornamental e informativo al mismo tiempo a pesar de que en muchos casos se permita que los elementos estéticos obstaculicen la comprensión de las historias. Ésta es la corriente dominante en la visualización de información en prensa en la actualidad y conduce, en sus manifestaciones más extremas (pero no por ello poco comunes), a hermanar infografía con ilustración. CAIRO, Alberto, La belleza de la simplicidad el poder de la infografía en la era de los datos, Presentación pdf Disponible desde Internet en:

Esta expresión multimedia de la información, conectada por medio de diversos enlaces hipertextuales, caracteriza de modo más directo la percepción multidimensional que tienen los lectores en su experiencia con los acontecimientos relatados por el medio. Pero si el periódico desea hacer más real la visión de los hechos noticiosos a partir de la lectura, es necesario incorporar nuevos recursos multimedia que permitan recrear cada detalle de la información mediante tres dimensiones del cómo pasaron los hechos.

Finalmente, la personalización es otro elemento identificativo de los nuevos medios. Esta consiste en una modalidad interactiva, cuyo propósito es hacer que los contenidos del periódico, respondan a los intereses de los usuarios.

No obstante, este tipo de interacciones no solo pretenden construir una comunidad virtual que funcione en torno a lo que se divulga en el medio, sino también, buscar un contacto personalizado con la finalidad de brindarle al lector todos los servicios de información que éste solicite en cualquier instante de manera individual.

En esta temática de personalización de la información, Rost¹⁵ manifiesta tres modalidades básicas que logran representar lo expresado anteriormente: las noticias por correo electrónico, las noticias personalizadas y las alertas.

Sobre las noticias por correo electrónico corresponden al breve resumen de los hechos que han sido publicados en la reciente edición del medio y que los lectores registrados reciben diariamente en su cuenta personal de correo.

Las noticias personalizadas son aquellas que recibe el usuario según el tipo de noticias o temas que seleccionó en el formulario de registro, lo que incrementa el nivel de pertenencia del lector con las noticias.

http://www.institutodeprensa.com/v2/admin/upload/seminario/341_PRESENTACION%20DE%20ALBERTO%20CAIRO.pdf

¹⁵ ROST, Op. cit., p 14.

Las alertas, por su parte, corresponde a un servicio que pretende fidelizar a los usuarios y personalizar su relación con el periódico, por medio del envío de recordatorios de eventos y noticias suministradas por la versión impresa, además de una agenda personal de apuntes que permita realizar registros propios de actividades y contactos en sus cuentas vía celular y mails.

Continuando con las propuestas teórico prácticas de Alejandro Rost¹⁶, para la creación de un nuevo medio, se hace énfasis en la *retórica hipermedia*, término utilizado para referirse al ejercicio de incorporar el hipertexto en los recursos multimedia, para ofrecer oportunidades de mejorar la calidad del discurso periodístico que aún no se explota en los medios digitales.

En lo que respecta al concepto de hipertexto¹⁷, se pueden encontrar tres elementos que permiten afianzar su definición:

ENLACE ARBÓREO: Un único nodo inicial da a lugar varias alternativas, que a su vez pueden dar a lugar, o no, a otras diversas propuestas. Por ejemplo: los motores de búsquedas que emplean casillas en las cuales se introducen números, cifras y letras, necesarias para transferir a otras páginas con los contenidos sugeridos por el usuario.

ENLACE LINEAL: Es aquel que representado por medio de un título, titular, fotografía o texto, comunica a otra(s) página(s) dentro de la misma web con solo aplicar un click sobre él.

ENLACE PARALELO: Enlace de entrada único y luego una ramificación que continúa de forma lineal – de manera que se ofrecen varias líneas paralelas. Los menús despegables de las páginas web son un ejemplo de ello.

Este planteamiento sugiere una reestructuración de la retórica de la actualidad distinta a la utilizada por los medios tradicionales, incluso la televisión análoga

¹⁶ ROST, Op. cit., p 12.

¹⁷ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón, Manual de Redacción Ciberperiodística, Editorial Ariel, Octubre de 2003, 592 págs.

que al igual integra varias morfologías de la información pero con el empleo de una interactividad restringida.

La retórica hipertexto contiene una serie de elementos propios que permiten el desarrollo de una gramática interactiva multimedia: textos, iconos dinámicos, imágenes que sólo se pueden visualizar cuando el lector pasa el ratón sobre algún texto o gráfico en cualquiera de las secciones del periódico; ventanas alternativas que se abren al dar click en una palabra, objetos iconográficos que el usuario tiene la posibilidad de mover de una a otra de la pantalla del computador.

Para ahondar sobre los elementos propios del diseño periodístico expuestos por Ramón Salaverría y Francisco Sancho, es importante mencionar otros aspectos, como el carácter meta informativo y multiplataforma de los medios digitales.

En relación con lo metainformativo, el diseño periodístico no sólo se concentra en la producción y ubicación de elementos fotográficos y/o audiovisuales; también, intenta insertar herramientas de búsqueda y demás plataformas de navegación para acceder a la información que yace dentro de la página. Asimismo, las miles de personas que navegan por la red manejan a diario tantos formatos, aplicaciones, buscadores y sitios web como les ofrezca la Internet. Por ello, el medio de comunicación tradicional que desee incursionar en el ciberespacio deberá tener presente que existen diversos navegadores, sistemas operativos y dispositivos de recepción, útiles y disponibles, a todos aquellos que acceden a la red, lo cual se enmarca en el concepto multiplataforma¹⁸.

Antonio López Hidalgo¹⁹, por ejemplo, cita el estudio de Lizy Navarro Zamora publicado en Sala de Prensa, según el cual la existencia de una nueva retórica

¹⁸ SALAVERRÍA, Ramón; SANCHO, Francisco, Op. cit., p. 4.

¹⁹ LÓPEZ HIDALGO, Antonio, Los géneros periodísticos en la red: una clasificación posible para un medio en evolución, Disponible desde Internet en: (http://www.periodismoudec.cl/estudiosdeperiodismo/index.php?option=com_content&task=view&id=45&Itemid=

implica que “en primer lugar, ha sustituido las páginas por secciones, porque el concepto de página deja de tener sentido y se asimila al concepto de sección. Tampoco existen páginas pares o impares. No existe la noticia a un determinado número de columnas, como ocurre en la prensa escrita. La importancia de una noticia con respecto a otra se observa en su colocación (primera, segunda, tercera pantalla). Se ha perdido la noción de columna y se jerarquizan mediante titulares, secciones y sumarios. La jerarquización de las noticias, por tanto, se plantea como una de las tareas más importantes para el periodista de un diario digital”, entre otros aspectos.

Navarro Zamora explica, además, en su artículo titulado *El Periódico on line*, que la Nueva Retórica se define como “la utilización de las redes telemáticas para poner a disposición del usuario el periódico *on line*, la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características, provocan que el nuevo medio informativo y que en la actualidad se le designa con el nombre de periódico *on line* tenga una nueva retórica propia a sus características”²⁰.

A la luz de esta nueva propuesta Ramón Salaverría²¹ presentan los siguientes componentes asociados al concepto: Navegación frente a la lectura, multimedia frente a la bimedia y profundidad frente a la extensión.

Desde su perspectiva, los medios de comunicación en internet, según sus diseños, han cambiado el esquema de lectura lineal y consecutiva de la información, por un recorrido hipertextual en el que se evidencian cambios en la navegación frente a la lectura.

Los cibermedios apunta al incremento de las posibilidades de recrear una noticia o un informe periodístico brindando una cantidad ilimitada de recursos comunicativos, tales como el uso de textos con sonidos, imágenes fijas o en

d=53

²⁰ NAVARRO ZAMORA, Lizy, *El periódico online*, Artículo pdf disponible desde Internet en: <http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0000110273A.PDF>

²¹ SALAVERRÍA, Ramón; SANCHO, Francisco, *Op. cit.*, p. 2.

movimiento y todo esto en un mismo producto. Esto manifiesta cómo ha adquirido mayor importancia la multimedia, frente a la bimedia.

Finalmente, prima la profundidad sobre la extensión, lo cual estaría sustentado en que la prensa digital saca ventaja, ya que posibilita la profundidad hipertextual en cada una de sus páginas web; es decir, existe más espacio en relación a la altura de la página, lo cual permite la existencia de una mayor y mejor distribución de textos, gráficos y audios²².

Herramientas claves para comunicar en la web

Los géneros periodísticos para la web, son la respuesta clave a las necesidades de comunicar en los entornos virtuales y de mostrar avances en el discurso periodístico en los cibermedios. Por tal motivo, es relevante recurrir con Ramón Salaverría y Rafael Cores²³ para exponer las siguientes la propuesta teórica que presentan al respecto.

Los autores se refieren a la existencia de los géneros informativos, interpretativos, argumentativos y dialógicos, cuyas características se presentan a continuación:

Género interpretativo: es aquel que hace énfasis en la contextualización de la información para exponer causas, consecuencias y posible desarrollo o conclusión; en otras palabras, los géneros interpretativos intentan responder a interrogantes, entre ellos: ¿Cómo?, ¿Por qué? Y ¿Para qué?

Dentro de ésta categoría de géneros periodísticos para la web, quienes mantiene la esencia del ejercicio interpretativo son: el reportaje, la crónica y el perfil.

²²SALAVERRÍA, Ramón; SANCHO, Francisco, Op. cit., p. 2.

²³ CORES, Rafael; SALAVERRÍA, Ramón, Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos, Universidad de Navarra, Cap 5, 41 págs, Disponible desde Internet en: http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf

Género informativo: este se encarga de divulgar datos dichos y hechos de modo claro y conciso, pero sin mostrar pasión en la descripción de ellos, tal como se puede reflejar de manera contraria en el género interpretativo.

Las modalidades textuales que en el entorno de los cibermedios permiten aludir la propuesta de éste género son: la noticia, la infografía y la información en bruto ubicada en las bases de datos del periódico digital.

Género dialógico: éste propicia la comunicación entre dos o más lectores por medio de textos escritos u orales, que pueden llevarse a cabo en sincronía, es decir, los usuarios realizan diálogos en tiempo simultáneo; o en modo asincrónico, lo que se refiere, al intercambio de códigos (mensajes) en modo diferido.

Este género tiene un gran porcentaje de participación en los cibermedios, ya que continuamente promueve la creación de lenguajes con un gran volumen de flexibilidad, iguales a los empleados en los mensajes de texto en celulares.

Género argumentativo: en este tipo de géneros se producen gran cantidad de textos que pueden catalogarse como de opinión, editoriales, columnas o sueltos, debido a la argumentación implícita, donde la persona encargada de la redacción (periodista) recurre a juicios valorativos que van desde lo bueno hasta lo malo, y de lo conveniente hasta lo inconveniente. Este manejo de la argumentación suele identificarse con mayor presencia en los medios digitales que en los tradicionales.

Es importante mencionar que el género argumentativo tiende con frecuencia a hibridar los contenidos que se generan en él con el género interpretativo en la medida en que suele presentar textos a modo de reportaje; y con el género dialógico, para incorporar encuestas y foros que fortalezcan la información.

De lo análogo a lo virtual

De acuerdo con los últimos estudios realizados por Nielsen&NetRatings²⁴ en los Estados Unidos para analizar los movimientos oculares de personas que visitaban páginas web de noticias, las industrias dedicadas a la publicación de periódicos online han tenido un incremento considerable hasta la fecha y con ello han rebasado los límites de audiencia total de Internet, tanto así, que estos expertos comentan que la responsabilidad, agilidad e inmediatez a la hora de construir textos y publicarlos en el ciberespacio, son los nuevos desafíos de los medios virtuales. (Cabe mencionar que los resultados en cifras numéricas no se visualizan en los primeros pantallazos de la página web que presenta la investigación a citar, por lo cual se hace referencia en éste proyecto a las conclusiones argumentadas por el sitio web, igualmente validas).

Mientras muchas casas editoriales se cuestionan frente a cual medio de comunicación consume mayormente sus noticias, los periódicos online se posicionan rápidamente en uno de los ambientes tecnológicos más importantes de los últimos tiempos. Esto se debe a su potencial estratégicamente orientado para estar en constante competencia con los centenares de sitios que yacen en Internet.

Reafirmando la importancia que se debe a este fenómeno virtual, a mediados de 2008, Guillermo Franco, en su libro *Cómo escribir para la web*²⁵, menciona múltiples alternativas para la construcción adecuada de sitios en la red. En este libro el autor invita a todas las personas que intervienen en el proceso de creación de páginas web a brindar a sus clientes métodos de participación con el contenido presente, diseñando rutas interactivas que agilicen y ofrezcan variedad visual de los elementos informativos a manipular.

²⁴ EYETRACK III online news consumer behavior in the age of multimedia, estudio realizado por: Nielsen&NetRatings, Disponible desde Internet en: <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/>

²⁵ FRANCO, Guillermo, *Cómo escribir para la web*, Manual en PDF publicado por el Centro Knight para el Periodismo en las Américas el 5 de diciembre de 2008, 221 Págs, Disponible desde Internet en: http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

En el escenario virtual, poseer un buen diseño y/o diagramación no hará de un sitio web un total éxito. Para lograr este resultado internet debe concebirse como un nuevo y sofisticado medio de comunicación, es decir aquel donde “la prensa” (tomando directamente el campo de esta investigación) tiene que adaptarse a un ritmo competitivo, donde su producto debe ser defendido frente a las nuevas innovaciones del mercado. La prensa e Internet son armas comunicativas que sugieren un complemento mutuo.

Cabe anotar que lo anteriormente expuesto se valida cuando se asimila el ejercicio de la integridad editorial y el equilibrio periodístico como factores relevantes para enganchar a los lectores del sitio web, cada vez que realicen un recorrido visual por los productos escritos o audiovisuales ofertados.

José Manuel Gimeno²⁶, por su parte, acuña una de las características más relevantes para diferenciar una prensa impresa de la virtual es, que los cibernautas no reconocen los periódicos online como diarios, ni semanarios, y mucho menos periódicos clásicos, más bien como un medio de información compuesto por la continuidad que exige el entorno y la noticia, en otras palabras, una página web más dentro del amplio mundo de la Internet.

Convergencia digital en los medios de comunicación

La convergencia digital²⁷ en medios pretende que los equipos de redacción y los contenidos informativos de los diversos medios de comunicación trabajen coordinadamente entre sí, mediante el empleo de estrategias que contribuyan al cruce de contenidos y a la planificación de acciones combinadas, tanto del personal como de la información.

²⁶ Gimeno José Manuel, Periódicos exclusivamente digitales, La Flecha – Tu diario de ciencia y tecnología, Junio de 2004. Disponible desde Internet en: <http://www.laflecha.net/articulos/comunicacion/periodismo3/>

²⁷ SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, Alberto, “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”, Trípodos, Nº 23, Pág. 31 – 47, Barcelona 2008.

Sin embargo, existen otros conceptos que validan la propuesta y que responden al interrogante de qué se entiende por convergencia de medios. Así, aparecen ligadas a este concepto los siguientes enunciados:

- ❖ Espacio de almacenamiento para archivos digitales.
- ❖ Elaboración de contenidos con lenguajes gráficos para la red.
- ❖ Capacidad para transferir información.
- ❖ Conversión de elementos visuales a elementos audiovisuales.

De acuerdo con éstos requerimientos del entorno virtual, se podría llegar a decir que entre las concepciones de convergencia digital, éste término se concibe como el espacio que facilita la virtualidad para reunir millones de computadoras al internet; textos de cualquier tamaño, color y tipos de letra; gráficos con diversos niveles de pixeles; herramientas de audio, video, hipermedia, hipertextos, telecomunicaciones y sistemas informático.

Es por ello, que la convergencia de medios deberá trascender en la reconstrucción de estructuras gerenciales de los medios periodísticos, y adquirir nuevos espacios de análisis e innovación en las salas de redacción, explorando lenguajes y modos alternativos de producir información.

Antecedentes en la investigación sobre periódicos online

Las investigaciones realizadas hasta la fecha sobre periódicos online en Colombia son pocas en referencia con aquellas que se han llevado a cabo a nivel mundial en países como Argentina, España y Estados Unidos, con reconocidos investigadores como Javier Díaz Noci, Luis A. Albornoz, Carlos Scolari y Hugo Kuklinski, entre otros.

Dichas investigaciones se han orientado hacia el análisis de consumo de la prensa digital en los países mencionados; el uso de interactividad, multimedia y publicidad en medios digitales como parte de los componentes del ejercicio ciberperiodístico.

Uno de estos estudios es EyetrackIII (*término en inglés empleado para referirse a seguimiento y/o evaluación*), adelantado por el PoynterInstitute, el Estlow Center for Journalism & New Media y la firma Eyetoools²⁸, en Estados Unidos. En este se realizaron ejercicios de observación al movimiento ocular de 46 personas, durante un tiempo aproximado de una hora, mientras ellos, sentados frente a una computadora, visitaban sitios web de categoría noticiosa, con la finalidad de hallar datos que permitieran analizar los comportamientos, gustos y preferencias de un cibernauta al momento de explorar páginas de carácter informativo.

Durante la investigación mencionada, en lo que respecta a tipografía se encontró que:

En el ejercicio de evaluación de titulares y tamaños de tipografía empleada en las páginas de inicio de los portales a estudiar se encontró que: las tipografías cuyo tamaño eran inferiores a 12, incitan al lector a practicar movimientos visuales desenfocados, mientras que la tipografía de proporciones superiores o igual a 12, promueven el escaneo visual (actividad óptica conveniente para el lector). En resumen, según los resultados arrojados en esta prueba, las personas que consumen páginas de noticias cuya tipografía es pequeña en referencia a lo mencionado, suelen invertir más tiempo en la lectura del portal.

En lo referente al uso de publicidad en los portales de noticias, se observó que los usuarios de internet pasan por alto con mayor continuidad los elementos publicitarios debido a la ubicación que éstos tienen. Pero aquellos lectores que se tomaron el tiempo de mirar los anuncios publicitarios, lo ejercían por un lapso de tiempo igual a 0,5 y/o 1,15 segundos; para lo cual se concluyó al respecto que la implementación del formato y ubicación adecuada para la publicidad, podrían atraer la mirada de los usuarios de los sitios analizados.

²⁸ OUTING, Steve; RUEL, Laura, Eyetrack III: Cómo lucen los sitios web a través de los ojos de los lectores, Disponible desde Internet en: <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main-spanish.htm>

En el caso de Latinoamérica, Jaime Morfin²⁹, egresado de la Universidad de Texas en Austin, Estados Unidos, aportó a esta discusión un estudio dirigido a los primeros inicios de la prensa latinoamericana en internet. En él se cubrieron en su totalidad todos aquellos periódicos de distribución impresa que eran vistos en la internet, dando a conocer similitudes y diferencias del contenido expuesto en el papel con el publicado en la red, y la utilidad que reciben cada uno de ellos por parte de sus respectivas audiencias, como también algunas deducciones sobre el futuro de estos fenómenos de la comunicación.

De acuerdo con el eje bibliográfico que se ha manejado hasta el momento, sólo se ha registrado tres investigaciones de esta categoría en el país. Una de ellas, se llevó a cabo en la Costa Atlántica, por parte de Tania Lucía Cobos³⁰, quien realizó un trabajo de investigación de pregrado hacia el año 2002 que se tituló: *Estudio del diseño del sitio web del periódico El Heraldo en la ciudad de Barranquilla*. En este proyecto se hallaron los siguientes resultados:

La edición digital del periódico El Heraldo publicó todas las secciones del periódico, tal como aparecían en las versiones impresas. Dichas secciones son: Deportes, Internacional, Sociales, Salud y Sistemas, entre otras. La dirección del periódico argumentaba que la publicación web que ellos hacían era solo una réplica del periódico impreso y esto se evidenció, porque los mismos materiales textuales y fotográficos de la versión online eran semejantes a los de la publicación impresa.

El manejo que se tuvo en la investigación fue de tipo estético, ya que en este se trabajó todo lo referente al diseño; es decir, aspectos externos como ubicación de las noticias, imágenes y colores de la página central del periódico online.

²⁹ MORFIN, Jaime. La Prensa Latinoamericana en Internet: Una Instantánea de los Primeros Años. Universidad de Texas, junio 1997, Disponible desde Internet en: <http://www.lanic.utexas.edu/ilas/tpla/9701.html>

³⁰ COBOS, Cobos Tania Lucía, Estudio del diseño del sitio web del periódico el Heraldo de la ciudad de Barranquilla, Universidad del Norte – Barranquilla, 2002, pág. 1 -166.

En la ciudad de Bogotá Sergio Llano Aristizábal³¹, egresado de la Universidad de la Sabana, adelantó un proyecto investigativo titulado *Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano* hacia el año 2005. En su artículo se alude al análisis de resultados obtenidos durante el estudio de 14 periódicos online colombianos observados desde la perspectiva conceptual de la hipermedia e interactividad. Mediante diversos tópicos que se desprendían de las dos variables ya mencionadas, se pudo crear un sistema de calificación que permitió reconocer la capacidad de los medios estudiados y sus periodistas para comprender la naturaleza y los alcances de la World Wide Web en el campo práctico.

Del trabajo mencionado, se llegó a la conclusión que en el país a pesar del esfuerzo de las casas editoriales por incursionar en la internet, no se puede hablar todavía de periodismo digital, debido al escaso manejo y apropiación del lenguaje hipermedial y de las herramientas que, según los autores referenciados en esta investigación, son las fundamentales para propiciar ambientes de interactividad.

Beatriz Elena Marín Ochoa³², de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, desarrolló un proyecto de investigación en el 2008, el cual recibió el título *Una mirada al desarrollo de los medios electrónicos en Colombia*; estudio que abarcó el análisis de una supuesta narrativa de medios en Internet, basándose en que dichas narrativa proviene de la integración de narrativas propias de medios periodísticos tradicionales como: el periódico impreso, la radio y la televisión, que poseen lenguajes escritos, orales y audiovisuales y que incitan a la promoción de la convergencia digital de medios.

³¹ LLANO ARISTIZÁBAL, Sergio, *Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano*, Revista Palabra Clave – Universidad de la Sabana, edición Nº 012, Bogotá, Colombia 2005.

³² MARÍN OCHOA, Beatriz Elena, *Una mirada al desarrollo de los medios electrónicos en Colombia*, Revista Educación-Comunicación-Tecnología de la Universidad Pontificia Bolivariana Medellín, edición Nº 5, Medellín 2008.

A partir de este estudio se concluyó que, de acuerdo a los conceptos manejados en torno a la convergencia, hipertextualidad y multimedia, se pudo aclarar que la narrativa en los medios digitales no existe, pero hay la posibilidad de recurrir a estructuras tecnológicas que podrían proporcionar un sentido distinto a los textos o imágenes que se quieran difundir por internet.

4. METODOLOGÍA

En búsqueda de teorías y otros métodos

La mayoría de los adelantos investigativos que se han realizado sobre los periódicos online se encuentran en estado de exploración y los trabajos se han llevado a cabo a escala mundial, siendo un referente importante Estados Unidos.

Colombia es uno de los pocos países de Latinoamérica en desarrollar un estudio directamente relacionado con el diseño de periódicos electrónicos; por esta razón, este proyecto se enmarcará dentro de los planteamientos del campo exploratorio.

Según la naturaleza de la investigación, en relación con el campo exploratorio, se logra validar uno de los argumentos de Hernández Sampieri, quien asegura que la investigación exploratoria pretende cumplir con las actividades de recolección e identificación de antecedentes a máxima escala, numeraciones y cuantificaciones, además de ítems para el estudio de temas relacionados con el problema investigado.

Sin embargo, se reafirma que el objetivo de este tipo de investigación es documentar un determinado número de experiencias, y estudiar aquellos temas o problemas que han sido limpios de cualquier ejercicio de análisis.

Por lo anteriormente expuesto, uno de los objetivos centrales de esta investigación se orienta a determinar y describir los elementos que la virtualidad propone para el diseño de un periódico *online*, como lo son: la retórica hipermedia, descrita en este proyecto como aquella que pretende incorporar el hipertexto en los recursos multimedia, para ofrecer oportunidades de mejorar la calidad del discurso periodístico que aún no se explota en los medios digitales como una alternativa de presentar la información de manera adecuada, incorporando elementos propios de la virtualidad; la interactividad,

frente a la cual se considera el suministro de herramientas online desde la página web y el empleo de éstas por los usuarios, para propiciar ejercicios de retroalimentación, y la multimedia, concebida como la unión de textos, sonidos, imágenes y videos, cuya finalidad es arrojar un producto que comunique. Todos estos elementos se estudian dentro del contenido y presentación de la *home page* de Vanguardia.com de Bucaramanga en los años 2010 y 2011.

En sus postulados, Hernández Sampieri³³ expone a la investigación descriptiva como aquella que se utiliza para explorar una(s) variable(s) de estudio, dentro y fuera de su entorno funcional.

En ella podemos indagar acerca de la cantidad de variables que son factibles de estudio, si permiten subdivisiones, quiénes serán los posibles afectados por las variables, qué y cuánto se necesita para ejecutar dicha investigación.

Trayectoria metodológica

Es determinante en esta investigación sustraer elementos provenientes de fuentes de información que permita validar la propuesta que la Casa Editorial Vanguardia Liberal desarrolla en su página web.

Con el objetivo de identificar la presencia de interactividad, multimedia y nueva retórica en Vanguardia.com, el enfoque metodológico a utilizar en esta investigación es el cuantitativo, ya que este se apropia de los ejercicios de recolección de información, para obtener un volumen cuantificado de datos para probar o desmentir una hipótesis; además, incorpora factores de análisis estadísticos que emplean múltiples mecanismos de medición numérica para determinar esquemas de conductas o sustentar alguna teoría .

Para llevar a cabo este enfoque metodológico se pretende realizar los siguientes pasos:

³³ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, Metodología de la investigación, Disponible desde Internet en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf

- a) Formular un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación deben responder al problema en cuestión.
- b) Revisar los planteamientos que se han realizado con anterioridad sobre el problema. Construir el marco teórico con base a la revisión literaria.
- c) De las teorías que guiarán el estudio, derivar hipótesis de estudio.
- d) Validar las hipótesis planteadas, por medio del uso de los diseños de investigación. Cabe aclarar que del resultado que arroje dicha validación depende la permanencia de las teorías dentro de la investigación. Es decir, si la hipótesis no es cierta, la teoría se desvirtúa.
- e) Para conseguir tales resultados se deberá recolectar datos numéricos de los objetos de estudio que se analizan con los procesos estadísticos.
- f) Estos pasos serán aplicados para el análisis de la página virtual: Vanguardia.com.

Cálculos para una muestra aleatoria simple

El diseño de procedimientos probalísticos para la selección de muestras aleatorias simples, logra ajustarse correctamente a esta propuesta investigativa, ya que éstos suelen implementarse con ejercicios de recolección de información en espacios de fácil acceso y cuyos flujos informativos sea manejable.

Este tipo de muestreos se caracterizan porque otorga la misma probabilidad de ser elegidos a todos los elementos que pertenezcan al entorno a estudiar. Para el calculo muestral, se requiere que el porcentaje de datos a observar sea finito, para responder a la actividad de estimación de la varianza.

Respondiendo a los objetivos de la investigación y siguiendo los métodos probalísticos para la selección de una muestra representativa que permita continuar con el estudio, se ha elegido aleatoriamente cinco días de la cuarta semana del mes de marzo de 2011 para aplicar los instrumentos de recolección de información elaborados en base a los conceptos y teorías que se han incorporado al inicio del documento. Es importante mencionar que el horario para llevar a cabo esta actividad se estipuló de la siguiente manera: mañana de 8 am a 10 am, en la tarde de 4 pm a 6pm, y en la noche de 8 pm a 10 pm durante una semana, con el propósito de otorgarle a Vanguardia.com el tiempo para actualizar los datos que presentan diariamente, y así enriquecer el ejercicio.

De igual manera, se escogieron las siguientes páginas del periódico online para ser estudiadas:

- **Home page:** Concentra la mayor cantidad de información, y hace parte del primer pantallazo que recibe el usuario al ingresar al sitio web.

Aun cuando la *homepage* da las pautas de todo el periódico virtual, se revisarán las secciones Bucaramanga y Colombia, para determinar si se encuentra algún elemento diferencial.

Las páginas fueron seleccionadas teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- **Bucaramanga:** En la sección denominada Santander se analizará la página de Bucaramanga, por su área de cubrimiento de noticias y por ser la que más información produce a diario en la región.
- **Colombia:** Por último, se seleccionó en la sección de Actualidad la página de Colombia, por el número de informes de esta sección que se evidencian diariamente en la *home page*.

Para interpretar claramente los resultados que arrojen los instrumentos diseñados para aplicar en cada una de las páginas ya mencionadas anteriormente, se pretende realizar el siguiente cálculo matemático:

- **Tabla para la Home page:** En este instrumento se encuentra un total de cincuenta ítems con los cuales se pretende identificar la presencia de ellos en la *Homepage*; estos cincuenta ítems serán divididos por cien (porcentaje total esperado en la sumatoria de resultados), lo que significa que cada uno de los ítems tendrán un valor igual a dos; además, esta cifra será la misma a ubicar en la suma de totales en las columna de SI y la columna de NO, para que al sumar el número total de (2) en cada columna puedan corresponder al porcentaje total esperado (100).

- **Tabla para las páginas – Bucaramanga y Colombia:** Los instrumentos elaborados para estas dos páginas contienen un total de cuarenta ítems de los cuales se pretende identificar su presencia en las páginas ya mencionadas; estos cuarenta ítems serán divididos por cien (porcentaje total esperado en la sumatoria de resultados finales), dando como resultado un dos coma cinco; esta cifra (2,5) será igualmente dividida por cinco (número total de días para aplicar en cada una de las tablas) arrojando una cifra equivalente a cero coma cinco, la cual se ubicará en la casilla correspondiente a cada ítem por día. Entonces el (2,5) reseñado anteriormente será la cifra que representará la suma de totales en las columna de SI y la columna de NO (si todos los días respondieron igualmente), para que al sumar el número total de (2,5) en cada columna puedan corresponder al porcentaje total esperado (100).

Elementos de trabajo para el ejercicio investigativo

En la práctica del ejercicio investigativo, los instrumentos para la recolección de datos exigen ciertas pautas para su diseño, ya que en su estructura está la

responsabilidad de almacenar la información que necesita la investigación para conseguir grandes avances.

Por ello, el factor de confiabilidad estará orientado en la manera en que el instrumento que es aplicado con un grado de continuidad a distintos sujetos u objetos, permita generar datos semejantes. Sin embargo, la validez de un instrumento se halla en el hecho real de medir la variable que se desea obtener algún parámetro de medición.

Ajustándose a los factores de confiabilidad y validez, se ha elaborado un formato para la recolección de datos de la *homepage* de Vanguardia.com, otro formato para las secciones de Santander y Actualidad, implementado en los días que se llevó a cabo la prueba piloto, el cual se estructuró de la siguiente manera:

4.1. ESTRUCTURA – PLANTILLA DE ANALISIS PARA LA HOMEPAGE

4.1.1 Supracategoría: Estructura general

4.1.1.1 Categoría: Hipertexto

Hipertexto	Según estructura: - URL propia - Enlaces - Grado de profundidad	
	- Tipos	Axial: - Lineal - Arbórea - Paralela Reticular
	Según destino: - Internos - Externos	

	- De conexión entre aplicaciones	
--	----------------------------------	--

4.1.1.2 Categoría: Actualización

Actualización	Según tiempo: - Renovación por hora - Renovación por minuto
----------------------	--

4.1.1.3 Categoría: Accesibilidad

Accesibilidad	Tipo de usuario: - Cualquier tipo de usuario. -
	Plataforma: - Internet explorer - Firefox - Google chrome

4.1.1.4 Categoría: Retórica hipermedia

Retórica hipermedia	Ícono dinámicos
	Ventanas alternativas
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras o imágenes
	Objetos con movilidad dentro del portal

4.1.2 Supracategoría: Lenguaje de textos

4.1.2.1 Categoría: Tipos de texto

Tipos de texto	Según formato: - Tamaño - Color - Normal - Negrilla - Cursiva
	Géneros periodísticos: - Informativos - Interpretativos - Dialógicos - Argumentativos

4.1.3. Supracategoría: Lenguaje multimedia

4.1.3.1 Categoría: Elementos empleados

Elementos empleados	Según tipo: - Texto - Sonido	
	- Imagen	- Fotografía fija - Galería de fotos en movimiento - Video - Animaciones - - Infografía

4.1.4 Supracategoría: Lenguaje interactivo

Elementos empleados	Según tipo: - Encuestas. - Formularios. - Juegos. - Móviles (MSN). - Íconos comunicantes.
	Redes sociales: - Facebook - Twitter. - Flirck. - Hi5 - Delicious.
	Motores de búsqueda - Búsqueda simple - Búsqueda avanzada
	Según temporalidad: - Sincrónico - Asincrónico

4.2. ESTRUCTURA – PLANTILLA DE ANALISIS PARA LA PÁGINA DE BUCARAMANGA EN LA SECCIÓN SANTANDER, Y LA PÁGINA DE COLOMBIA EN LA SECCIÓN ACTUALIDAD.

4.2.1. Estructura general

4.2.1.1 Categoría: Actualización

Actualización	Según tiempo: - Renovación por hora - Renovación por minuto
----------------------	---

4.2.1.2 Categoría: Accesibilidad

Accesibilidad	Tipo de usuario: - Cualquier tipo de usuario. -
	Plataforma: - Internet Explorer - Firefox - Google Chrome

4.2.1.3 Categoría: Retórica hipermedia

Retórica hipermedia	Ícono dinámicos
	Ventanas alternativas
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras o imágenes
	Objetos con movilidad dentro del portal

4.2.2. Lenguaje de textos

4.2.2.1 Categoría: Tipos de texto

Tipos de texto	Según formato: - Tamaño - Color - Normal - Negrilla - Cursiva
-----------------------	---

	Géneros periodísticos: - Informativos - Interpretativos - Dialógicos - Argumentativos
--	---

4.2.3. Lenguaje multimedia

4.2.3.1 Categoría: Elementos empleados

Elementos empleados	Según tipo: - Texto - Sonido	
	- Imagen	- Fotografía fija - Galería de fotos en movimiento - Video - Animaciones - Infografía

4.2.4. Lenguaje interactivo

4.1.4 Supracategoría: Lenguaje interactivo

Elementos empleados	Según tipo: - Encuestas. - Formularios. - Juegos. - Móviles (MSN). - Íconos comunicantes.
	Redes sociales:

	- Facebook - Twitter. - Flirck. - Hi5 - Delicious.
	Motores de búsqueda - Búsqueda simple - Búsqueda avanzada
	Según temporalidad: - Sincrónico - Asincrónico

Para complementar dichos caracteres se incorporaron dos columnas, en las cuales se aprobar o desaprobar la presencia de los elementos conceptuales exigidos para el análisis del objeto de estudio.

Algunas de las categorías, subcategorías y supracategorías implícitas en este formato se encuentran presentes en el glosario ubicado en las primeras páginas de este documento.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El instrumento de investigación aplicado para la *home page* y las páginas Bucaramanga, de la sección Santander, y Colombia, de la sección Actualidad, de acuerdo con lo descrito en la anterior metodología y en los tiempos estipulados para la recolección de información, con el propósito de identificar la presencia de elementos de interactividad, multimedia y nueva retórica presentes en Vanguardia.com.

5.1. ANÁLISIS DE LA HOMEPAGE

La *homepage* del periódico online vanguardia.com, la estructura general de ésta presenta una URL propia y de fácil digitación: <http://www.vanguardia.com/>.

De igual modo, esta página vincula contenido informativo en todas las columnas, enlaces de tipo lineal representados por los títulos, subtítulos y encabezados de las noticias y en los elementos publicitarios multimedia.

En el proceso de recolección de información, es posible identificar enlaces arbóreos como las pestañas de las secciones de Santander, Deportes, Judicial, Actualidad, Economía, Opinión, Vida y Estilo y Entretenimiento. En el caso de los enlaces paralelos, representados en los titulares de las noticias y en las secciones del periódico online.

En la subcategoría de actualización, la renovación de datos y/o cualquier tipo de elementos informativos en la *homepage* se hacen presentes por minutos al igual que en la página de Colombia, y por horas como se percibe en la página de Bucaramanga diariamente, y esto se evidencia por las fechas que son adjuntadas al final de cada publicación.

Cualquier tipo de usuario puede acceder a la página de inicio de Vanguardia.com por medio de plataformas web como Internet Explorer, Google Chrome y Firefox.

En cuanto a los ítems de la retórica hipermedia, en la homepage se percibió un solo ícono dinámico que pertenece a una pauta publicitaria de la constructora SVMAS que al pasar el cursor del equipo por el titular de ésta, el ícono rebota hacia abajo y se expande dentro del portal; en lo referente a textos dinámicos que aparecen cuando el cursor se detiene sobre una imagen o palabra, sólo surgen en algunos logos de entidades que pautan, y sobre algunos elemento de hipertexto. Por último, al ejercer click sobre algún titular de noticia, imágenes, videos, o alguna herramienta de hipertexto, no se abren ventanas alternativas.

Las herramientas de multimedia inmersas en ésta página incluyen imágenes y textos, también archivos de video y sonido que complementan la información escrita que se le adecua con frecuencia en la parte inferior de cada una de ellas del mismo modo en que se han incorporado en las páginas Bucaramanga y Colombia.

En la categoría de lenguaje de textos, según formato, los tamaños de letra mayormente empleados en la home page, las páginas Bucaramanga y Colombia son: 8 para enlaces hipertextuales; 9 y 11 para encabezados de noticias y sondeos de opinión; 18 y 24 para titulares de noticias, publicaciones especiales, informes especiales, ranking de noticias, sección multimedia, opinión y zona comercial.

Los colores utilizados en la letra son negros, grises, amarillos y naranjas. La letra “normal”, es decir, sin ningún efecto de fuente se usa en leads y párrafos de noticias; el efecto de negrilla se aplica en títulos de noticias y de secciones que están fuera del menú superior, y, por último, se escriben en cursiva los titulares de las noticias que ya tienen cinco o más horas de haber sido publicadas y se ubican al inferior de una noticia o actualización reciente con fotografía y encabezado; sin embargo en las páginas Bucaramanga y Colombia el elemento diferenciador en esta subcategoría se genera en el uso de la cursiva, ya que ésta se emplea en los leads noticias ampliadas.

Los géneros periodísticos que aparecen en la página de inicio son: los informativos, mediante leads y párrafos de noticias, en la casilla de publicaciones especiales, en la sección de multimedia y en la portada pdf.

En lo que se refiere a los géneros interpretativos, estos se evidencian en la sección de caricatura, sección de columnistas, blogs, fotografías fijas que acompañan la noticia y la galería de fotografías en la sección de entretenimiento.

En el caso de los géneros dialógicos, estos se presentan por medio de la casilla de sondeo de opinión, en las secciones de blogs, defensor del usuario y “contáctenos”.

Los géneros argumentativos, por su parte, se reflejan en esta página a través de la sección de columnistas, caricaturas, y opinión – editorial.

En materia de lenguajes multimedia, otro de los tópicos a evaluar, la *home page* de Vanguardia.com ofrece una sección llamada Multimedia; en ella, recopila los videos más relevantes del día y de la semana según las cifras que arrojen las visitas por minutos y horas.

Además, la sección Multimedia contiene dos pestañas más, una para fotografías, pero no en movimiento automático que sería un elemento faltante, y otra para archivos sonoros. También, en la sección de entretenimiento existe una galería de imágenes de movimiento manual, es decir que el usuario dando un *click* sobre la flecha de continuar o retroceder las fotografías irá avanzando.

Las zonas de publicidad distribuidas en el cabezote y la columna de la izquierda emplean herramientas de multimedia combinando imágenes en movimiento y textos, creando de este modo animaciones digitales, de la misma manera en que se evidencia en las páginas Bucaramanga y Colombia. Los elementos que representan infografías dentro de la home page son: Videos de la policía nacional (en los que presentan mapas de las situaciones delincuenciales en la ciudad de Bucaramanga, por medio de videos en

cámaras de seguridad), así mismo las tablas con contenido informativo como Ranking de noticias, Multimedia y Monedas, Tasas de interés.

Abarcando los lenguajes de interactividad, en la parte superior de la página se encuentran tres tipos de formularios: de registro a la web, suscripciones y contáctenos.

Asimismo, una manera de presentar encuestas en esta página es el “sondeo de opinión”.

Herramientas y/o programas de juegos no se logran ubicar en la homepage, la página Bucaramanga, y la página Colombia.

En el cabezote de la página de inicio, y las páginas Bucaramanga y Colombia se pueden encontrar una herramienta de móvil (MSN), y, como íconos comunicantes, se pueden referir las pestañas de las secciones del periódico online, y las publicidades hechas en multimedia distribuidas por cada una de las páginas mencionadas.

Las redes sociales con las que cuenta este periódico digital en las páginas de inicio, Bucaramanga y Colombia son: Facebook y Twitter, ubicadas en la parte superior del logo de la web. Sin embargo, otras redes sociales como Hi5, Flirck y Deliciosos, presentes en otros medios de comunicación, no están incluidas en Vanguardia.com.

El motor de búsqueda simple incorporado en la página lleva el título “Buscar en este sitio”, y está estructurado en una barra de escritura acompañada de una herramienta de hipertexto denominada “Buscar”. Una posibilidad de explorar de una manera más segmentada la información noticiosa es la tabla multimedia titulada “Ranking de noticias”, donde el usuario podrá acceder a las noticias de acuerdo a las pestañas de: (+ Recientes), (+ Vistas), (+ Comentadas) y (+ Votadas); estos resultados se evidencian del mismo modo en las páginas Bucaramanga y Colombia (sin embargo, el motor de búsqueda avanzado en las páginas mencionadas no se logra evidenciar en el primer pantallazo , y menos

en las páginas alternativas que se abren al dar click sobre los enlaces de titulares). Por otro lado, el motor de búsqueda avanzado en la Home Page se refleja en la sección “Linkempleo.com”, donde el usuario debe escribir en la casilla de “Buscar” la(s) palabra(s) clave(s) de la oferta laboral que desea encontrar.

En base al factor de temporalidad, las páginas de Bucaramanga, Colombia y la Home page trabajan de modo asincrónico debido a que sólo brindan una herramienta de interacción usuario – periodistas, y esta es “contáctenos”, la cual consiste en llenar un formulario que posteriormente será enviado a una base de datos, sin tener fecha clara del respuesta.

5.2. ANÁLISIS DE LA PÁGINA BUCARAMANGA DE LA SECCIÓN SANTANDER

Durante la semana del 21 al 25 de noviembre de 2010, se aplicó el instrumento de investigación a la página principal de Bucaramanga en la sección Santander, y la página principal de Colombia en la sección Actualidad del periódico online Vanguardia.com.

Mediante plataformas web como Internet Explorer, Google Chrome y Firefox, permiten que cualquier tipo de usuario puedan ingresar a esta página y la página Colombia.

En lo referente a la retórica hipermedia, en la página Bucaramanga se observó que no hay incorporación de íconos dinámicos en ninguno de los espacios de la página; en cuanto a los textos dinámicos que aparecen cuando el cursor se detiene sobre una imagen o palabra, sólo emergen al igual que en la homepage, en algunas fotografías de noticias, logos de entidades que pautan, y sobre algunos elemento de hipertexto. Las ventanas alternativas no surgen en esta página al dar click sobre algún titular, imagen o elemento de hipertexto.

Los géneros periodísticos que aparecen en ésta parte de la sección son: los informativos, mediante titulares y leads; los interpretativos, se evidencian en el

blog y las fotografías que acompañan las noticias; el género dialógico se presenta por medio de la casilla de sondeo de opinión, y las estrellas que indican los votos que el usuario le otorga a cada noticia. Los géneros argumentativos no se reflejan en esta página. Los resultados aquí descritos se presentaron de igual manera en la página de Colombia.

Las zonas de publicidad distribuidas en el cabezote y la columna de la izquierda, emplean herramientas de multimedia combinando imágenes en movimiento y textos, creando de este modo animaciones digitales. Las infografías no se perciben en esta sección.

De los lenguajes de interactividad, en la parte superior de la página, se encuentran tres tipos de formularios: de registro a la web, suscripciones y contáctenos; y en la parte inferior de la columna izquierda, en la espacio de “Reportero ciudadano-participe” hay un formulario de registro.

Una manera de presentar encuestas en esta página es a través de las estrella de puntuación que verifican el interés del usuario con las noticias.

5.3. ANÁLISIS DE LA PÁGINA COLOMBIA EN LA SECCIÓN ACTUALIDAD

La estructura general de ésta presenta una constante en la renovación de noticias e informes periodísticos en distintas horas y minutos, y esto se evidencia en las fechas que son adjuntadas al final de cada publicación.

De acuerdo a los ítems de la retórica hipermedia, en la página Colombia se pudo observar que no hay implementación de íconos dinámicos en ninguno de los espacios de la misma al igual que en la página de Bucaramanga; en lo referente a los textos dinámicos que emergen cuando el cursor se detiene sobre una imagen o palabra, sólo aparecen al igual que en la homepage y la página Bucaramanga, en algunas fotografías de noticias, logos de entidades que pautan, y sobre algunos elemento de hipertexto. Al igual que la homepage y Bucaramanga, se percibió la misma carencia de ventanas alternativas al dar click sobre algún titular, imagen o elemento de hipertexto.

Al igual que la página Bucaramanga, ofrece al lector la posibilidad de calificar la información a través de las estrellas de puntuación, que actúan como si fuera una encuesta y que verifican el interés del usuario por las noticias.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La continua popularización de Internet, como un medio alternativo de comunicación, y la evolución a gran escala del fenómeno de la Web 2.0, representada en su clara inclinación por mejorar las alternativas de navegación y participación de los cibernautas, ha generado una reconversión notoria de los medios tradicionales de comunicación e información en los entornos virtuales.

Un ejemplo de esto son los periódicos impresos, los cuales se han visto en la tarea de adaptarse paulatinamente a estas nuevas plataformas de interacción en línea, con el propósito de dar solución a las exigencias de un público que día a día se familiariza aún más a los cambios tecnológicos.

Vanguardia.com es la versión en línea del periódico impreso Vanguardia Liberal, que desde 1919 ha estado en circulación en los distintos municipios del departamento de Santander. Dicha trayectoria ha marcado una considerable distinción frente otros periódicos de circulación nacional, lo que ha significado para esta casa editorial una recompensa al esfuerzo por satisfacer las necesidades de información que los nuevos públicos demandan, la misma que ha llevado a este medio a incursionar en la red de redes: la internet.

Durante el tiempo empleado para esta investigación se pudieron evidenciar tres cambios consecutivos en la plantilla del portal Vanguardia.com, obstaculizando de este modo, el proceso de análisis de los elementos a identificar en él; sin embargo, se diseñaron instrumentos de recolección de información que permitieron adaptarse a las transformaciones que se iban presentando en la página.

Es de igual relevancia mencionar, que los conceptos y teorías que se tomaron en cuenta inicialmente para construir un marco referencial que sirviese como soporte para la investigación, tuvieron que ser actualizados a ritmo de las publicaciones que hacían sus autores en la red, enriqueciendo así el

documento en las etapas de elaboración de textos, aplicación de instrumentos y posterior interpretación de los resultados encontrados.

Haciendo énfasis en los resultados cuantitativos arrojados en las tablas de análisis implementadas para esta investigación se pudo determinar qué:

- ❖ De la *Homepage* de Vanguardia.com se percibió la presencia de cuarenta y tres ítems de los cincuenta que se registraron en la tabla diseñada, lo cual equivale numéricamente a 86,0%, es decir, que 7 ítems (en lo referente a los lenguajes de interactividad y multimedia) no fueron identificados en esta página, lo que en cifras equivale a 14,0%.

Lo anterior significa que el portal Vanguardia.com en su página de inicio, ha incorporado en su mayoría herramientas que, según las propuestas teóricas y conceptuales descritas en este documento, responderían a la presencia de elementos que favorecen la interactividad, la multimedia, y la retórica hipermedia, al ponerlos a disposición de la audiencia que los demandan. Es importante mencionar que lo descrito aquí se manifestó de igual modo en las páginas de Bucaramanga y Colombia.

Sin embargo, la ausencia de elementos de interacción como, “juegos” “herramientas de hipertexto para incluir más redes sociales aparte de Twitter y Facebook” y la visualización de “correos electrónicos de periodistas”, podrían repercutir negativamente en los procesos de retroalimentación de la información, ya que cinco de los seis ítems no vistos hacen parte de los lenguajes de interactividad, en lo que respecta a redes sociales y sincronía en la comunicación periodista- usuario.

- ❖ De la página Bucaramanga, en la sección Santander, se observó la presencia de 28, de los 40 ítems que se ubicaron en la tabla de análisis, lo cual equivale numéricamente a 70,0%; esto significa, que 12 ítems (en lo referente a los lenguajes de textos, interactividad multimedia y estructura general), no fueron identificados en esta página, lo que en cifras porcentuales es 30,0%.

Aquellas herramientas que se dan por ausentes en la página Bucaramanga, serían piezas claves para optimizar el ejercicio de acceso e interpretación de la información que se ofrece en esta sección del periódico, ya que de no recurrir a ellas podrían convertirse en causales de abandono de la misma al no contar con los elementos que satisfacerían las necesidades de lectura de los cibernautas.

- ❖ De la página Colombia, en la sección Actualidad, se pudo apreciar la presencia constante de 29 ítems de los cuarenta que estaban inmersos en la tabla de análisis, de los cuales equivalen numéricamente a 72,5%; esto quiere decir que los 11 ítems restantes (en lo referente a los lenguajes de textos, interactividad y multimedia), no fueron identificados en esta página, lo que en cifras porcentuales significa un 27,5%.

En relación con los resultados anteriores, el factor diferenciador entre estas dos páginas (Bucaramanga y Colombia) es la herramienta de actualización por minuto, que en el caso de la página Colombia sí existe, dado que hay una frecuente renovación de información minuto a minuto.

En dicho resultados se logró identificar que, los elementos presentes en Vanguardia.com que integran los conceptos de multimedia se han utilizado como complemento para los diversos materiales producidos de acuerdo a los géneros periodísticos manejados dentro del portal tales como: interpretativos, argumentativos, informativos y dialógicos.

La presencia de elementos de interactividad se ha manifestado en los múltiples soportes de acceso a la información que brinda esta página, es decir, mediante el uso de links o enlaces explícitos e implícitos en titulares y leads noticiosos, publicidad con efectos de multimedia, grupos de discusión en redes sociales como Facebook y Twitter, en las secciones Reportero Ciudadano, Contáctenos, MSN móvil, y mediante las estrellas de puntuación en las noticias y/o informes periodísticos diarios.

La existencia de estos elementos, antes mencionados, ofrece al usuario la posibilidad de responder en el periódico en línea, a través del ejercicio continuo de navegación, entre códigos textuales, sonoros e iconográficos legibles, ofrecido en cada una de sus publicaciones.

De igual modo, es pertinente resaltar que en este proyecto de investigación se logró evidenciar la presencia de herramientas que conforman los elementos de interactividad, multimedia y retórica hipermedia, lo cual no necesariamente estaría determinando los niveles de participación en los usuarios del portal Vanguardia.com.

Productos periodísticos creados con base en elementos de interactividad y multimedia, como se argumentó en párrafos anteriores, han permitido que Vanguardia.com divulgue contenidos de carácter informativo y de interés colectivo por medio de esquemas innovadores en la estructura de textos escritos (color, tamaño, fuente, géneros periodísticos); a su vez, mediante el empleo de ellos como soporte (videos e imágenes acordes a los datos que se están presentando), y la incorporación de íconos dinámicos en la homepage, de textos dinámicos en las páginas Bucaramanga, Colombia y la página principal, podrían estar respondiendo a la propuesta de la retórica hipermedia en este tipo de medios.

Una vez concluido este proyecto investigativo, se considera pertinente incorporar productos comunicativos desarrollados en los entornos virtuales para optimizar la prensa digital:

- ✓ En el diseño de un periódico digital como Vanguardia.com es necesario persuadir al usuario del portal, mediante productos periodísticos creativos y de fácil acceso, empleando para ello herramientas de multimedia, interactividad y retórica hipermedia, que permitan convencer a la audiencia que la información suministrada en él es lo que realmente buscan al ingresar en Internet. Por ello, es indispensable que la estructura general de Vanguardia.com se acople al ritmo de las

nuevas alternativas de difusión noticiosa que propone frecuentemente el ciberespacio para este tipo de medios virtuales.

- ✓ Durante el tiempo que invierten los cibernautas para navegar en internet, pasan de una página a otra en sólo segundos, lo que indica que el usuario pierde la atención que le otorgó a la pagina que visitó porque ésta no le proporcionó en un primer pantallazo lo que él necesitaba; en otras palabras, es importante que la *homepage* de Vanguardia.com permita visualizar en su estructura general los elementos más atractivos que se están publicando diariamente en cada una las secciones del periódico, sin saturar el espacio que posee por pantallazo. Esto con el propósito de garantizarle al usuario un ejercicio de lectura rápida y adecuada que de claridad de los objetivos, servicios y productos del portal en cuestión.

- ✓ Para seguir generando procesos de retroalimentación en el portal de Vanguardia.com es recomendable que se incorporen técnicas de la interactividad como los chats, se habiliten correos a los periodistas, mismos que sean puestos a disposición del lector para que éste envíe los respectivos comentarios y/o sugerencias sobre los informes que se divulgan a diario en el portal.

Finalmente, la Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Bucaramanga, como academia deberá seguir promoviendo asignaturas que estén orientadas a fomentar en el estudiante una posición crítico – analítica sobre los procesos de transformación social, con especial énfasis en ámbitos de carácter tecnológico y de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

CAIRO, Alberto, La belleza de la simplicidad el poder de la infografía en la era de los datos, Presentación pdf disponible desde Internet en: http://www.institutodeprensa.com/v2/admin/upload/seminario/341_PRESENTACION%20DE%20ALBERTO%20CAIRO.pdf

CASTELLS, Manuel, La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad, Editorial Areté, Barcelona, 2001, 317 págs.

COBOS, Cobos Tania Lucía, Estudio del diseño del sitio web del periódico el Heraldo de la ciudad de Barranquilla, Universidad del Norte – Barranquilla, 2002, pág. 1 -166.

CORES, Rafael; SALAVERRÍA, Ramón, Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos, Universidad de Navarra, Cap 5, 41 págs, Disponible desde Internet en: http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf

DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón, Manual de Redacción Ciberperiodística, Editorial Ariel, Octubre de 2003, 592 págs.

EYETRACK III online news consumer behavior in the age of multimedia, estudio realizado por: Nielsen&NetRatings, Disponible desde Internet en: <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/>

FRANCO, Guillermo, Cómo escribir para la web, Manual en PDF publicado por el Centro Knight para el Periodismo en las Américas el 5 de diciembre de 2008, 221 Págs, Disponible desde Internet en: http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

GIMENO, José Manuel, Periódicos exclusivamente digitales, La Flecha – Tu diario de ciencia y tecnología, Junio de 2004. Disponible desde Internet en: <http://www.laflecha.net/articulos/comunicacion/periodismo3/>

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, Metodología de la investigación, Disponible desde Internet en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf

LUCAS MARIN, Antonio, La nueva sociedad de la Información: una perspectiva desde Silicon Valley, Editorial Trotta, Madrid, 2000, 173 págs.

LLANO ARISTIZÁBAL, Sergio, Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano, Revista Palabra Clave – Universidad de la Sabana, edición N° 012, Bogotá, Colombia 2005.

MARÍN OCHOA, Beatriz Elena, Una mirada al desarrollo de los medios electrónicos en Colombia, Revista Educación-Comunicación-Tecnología de la Universidad Pontificia Bolivariana Medellín, edición N° 5, Medellín 2008.

MORFIN, Jaime. La Prensa Latinoamericana en Internet: Una Instantánea de los Primeros Años. Universidad de Texas, junio 1997, Disponible desde Internet en: <http://www.lanic.utexas.edu/ilas/tpla/9701.html>

NAVARRO ZAMORA, Lizy, El periódico online, Artículo pdf disponible desde Internet en: <http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0000110273A.PDF>

OUTING, Steve;RUEL, Laura, Eyetrack III: Cómo lucen los sitios web a través de los ojos de los lectores, Disponible desde Internet en: <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main-spanish.htm>

PEREZ MONTORO, Mario, Información y Comunicación en Entornos virtuales, Revista virtual Razón y Palabra, Edición No 38, (2004). Disponible desde Internet en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mperez.html>

ROST, Alejandro, El periódico digital: características de un nuevo medio, Red-acción, sitio web del Área Periodismo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, General Roca: Universidad Nacional del Comahue, Disponible desde Internet en: <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, Alberto, “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”, Trípodos, Nº 23, Pág. 31 – 47, Barcelona 2008.

SALAVERRÍA, Ramón, Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental, Artículo publicado el 17 de mayo de 2001, disponible desde Internet en: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm

TEJEDOR CALVO, Santiago, La Enseñanza del Ciberperiodismo: de la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2007, 126 págs.

ANEXOS

INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN: **ESTRUCTURA PLANTILLA DE ANÁLISIS DE LA HOMEPAGE**

				Lunes 21		TOTALES	
ESTRUCTURA GENERAL							
Página: http://www.vanguardia.com/				SI	NO	SI	NO
HIPERTEXTO							
Según su estructura	URL propia						
	Enlaces						
	Tipo	Axial	Lineal				
			Arbórea				
			Paralela				
		Reticular					
	Grado de profundidad						
Según destino	Internos						
	Externos						
	De conexión entre aplicaciones						
ACTUALIZACIÓN							
Según tiempo	Renovación por hora						
	Renovación por minuto						
ACCESIBILIDAD							
Tipo de usuario	Cualquier tipo de usuario						
Plataforma	Internet Explorer						
	Firefox						
	Google Chrome						
RETÓRICA HIPERMEDIA							
	Íconos dinámicos						
	Ventanas alternativas						
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras o imágenes						
	Objetos con movilidad dentro del portal						
LENGUAJE DE TEXTOS							
TIPO DE TEXTO							
Según formato	Tamaño						
	Color						
	Normal						
	Negrilla						
	Cursiva						
GÉNEROS PERIODÍSTICOS							
Tipología	Informativos						
	Interpretativos						
	Dialógicos						
	Argumentativos						
LENGUAJE MULTIMEDIA							
ELEMENTOS EMPLEADOS							
Según tipo	Texto						

	Sonido					
	Imagen	Fotografía fija				
		Galería de fotos en movimiento				
	Video					
	Animaciones					
	Infografía					
LENGUAJE INTERACTIVO						
ELEMENTOS EMPLEADOS						
Según tipo	Formularios					
	Encuestas					
	Juegos					
	Móviles (MSN)					
	Íconos comunicantes					
Redes sociales	Facebook					
	Twitter					
	Flirck					
	Hi5					
	Delicious					
Motores de búsqueda	Búsqueda simple					
	Búsqueda avanzada					
Según temporalidad	Sincrónico					
	Asincrónico					
		Resultado final				

ESTRUCTURA PLANTILLA RESULTADOS GLOBALES DE LA PÁGINA BUCARAMANGA EN LA SECCIÓN SANTANDER

		Lunes 21		Martes 22		Miércoles 23		Jueves 24		Viernes 25		TOTALES	
ESTRUCTURA GENERAL													
Página: http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
ACTUALIZACIÓN													
Según tiempo	Renovación por hora												
	Renovación por minuto												
ACCESIBILIDAD													
Tipo de usuario	Cualquier tipo de usuario												
Plataforma	Internet Explorer												
	Firefox												
	Google Chrome												
RETÓRICA HIPERMEDIA													
	Íconos dinámicos												
	Ventanas alternativas												
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras o imágenes												
	Objetos con movilidad dentro del portal												
LENGUAJE DE TEXTOS													
TIPO DE TEXTO													
Según formato	Tamaño												
	Color												
	Normal												
	Negrilla												
	Cursiva												
GÉNEROS PERIODÍSTICOS													
Tipología	Informativos												
	Interpretativos												
	Dialógicos												
	Argumentativos												
LENGUAJE MULTIMEDIA													
ELEMENTOS EMPLEADOS													
Según tipo	Texto												
	Sonido												
	Imagen												
	Video												
	Animaciones												
	Infografía												
LENGUAJE INTERACTIVO													
ELEMENTOS EMPLEADOS													

Según tipo	Formularios																	
	Encuestas																	
	Juegos																	
	Móviles (MSN)																	
	Íconos comunicantes																	
Redes sociales	Facebook																	
	Twitter																	
	Flirck																	
	Hi5																	
	Delicious																	
Motores de búsqueda	Búsqueda simple																	
	Búsqueda avanzada																	
Según temporalidad	Sincrónico																	
	Asincrónico																	
													Resultado final					

**TABLA DE RESULTADOS GLOBALES DEL ANÁLISIS DE A LA PÁGINA
COLOMBIA EN LA SECCIÓN ACTUALIDAD**

		Lunes 21		Martes 22		Miércoles 23		Jueves 24		Viernes 25		TOTALES	
ESTRUCTURA GENERAL													
Página: http://www.vanguardia.com/actualidad/colombia		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
ACTUALIZACIÓN													
Según tiempo	Renovación por hora												
	Renovación por minuto												
ACCESIBILIDAD													
Tipo de usuario	Cualquier tipo de usuario												
Plataforma	Internet Explorer												
	Firefox												
	Google Chrome												
RETÓRICA HIPERMEDIA													
	Íconos dinámicos												
	Ventanas alternativas												
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras o imágenes												
	Objetos con movimiento dentro del portal												
LENGUAJE DE TEXTOS													
TIPO DE TEXTO													
Según formato	Tamaño												
	Color												
	Normal												
	Negrilla												
	Cursiva												
GÉNEROS PERIODÍSTICOS													
Tipología	Informativos												
	Interpretativos												
	Dialógicos												
	Argumentativos												
LENGUAJE MULTIMEDIA													
ELEMENTOS EMPLEADOS													
Según tipo	Texto												
	Sonido												
	Imagen	Fotografía fija											
		Galería de fotos en movimiento											
	Video												
	Animaciones												
	Infografía												
LENGUAJE INTERACTIVO													

ELEMENTOS EMPLEADOS																								
Según tipo	Formularios																							
	Encuestas																							
	Juegos																							
	Móviles (MSN)																							
	Íconos comunicantes																							
Redes sociales	Facebook																							
	Twitter																							
	Flirck																							
	Hi5																							
	Delicious																							
Motores de búsqueda	Búsqueda simple																							
	Búsqueda avanzada																							
Según temporalidad	Sincrónico																							
	Asincrónico																							
																Resultado final								

MATRICES APLICADAS

TABLA DE RESULTADOS GLOBALES DEL ANÁLISIS DE LA HOMEPAGE

					Lunes 21	TOTALES	
ESTRUCTURA GENERAL							
Página: http://www.vanguardia.com/					SI	NO	
HIPERTEXTO							
Según su estructura	URL propia				2		2
	Enlaces				2		2
	Tipo	Axial	Lineal	2		2	
			Arbórea	2		2	
			Paralela	2		2	
			Reticular	2		2	
	Grado de profundidad				2		2
Según destino	Internos				2		2
	Externos				2		2
	De conexión entre aplicaciones				2		2
ACTUALIZACIÓN							
Según tiempo	Renovación por hora				2		2
	Renovación por minuto				2		2
ACCESIBILIDAD							
Tipo de usuario	Cualquier tipo de usuario				2		2
Plataforma	Internet Explorer				2		2
	Firefox				2		2
	Google Chrome				2		2
RETÓRICA HIPERMEDIA							
	Íconos dinámicos				2		2
	Ventanas alternativas					2	2
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras o imágenes				2		2
	Objetos con movimiento dentro del portal				2		2
LENGUAJE DE TEXTOS							
TIPO DE TEXTO							
Según formato	Tamaño				2		2
	Color				2		2
	Normal				2		2
	Negrilla				2		2
	Cursiva				2		2
GÉNEROS PERIODÍSTICOS							
Tipología	Informativos				2		2
	Interpretativos				2		2
	Dialógicos				2		2
	Argumentativos				2		2
LENGUAJE MULTIMEDIA							

ELEMENTOS EMPLEADOS						
Según tipo	Texto		2		2	
	Sonido		2		2	
	Imagen	Fotografía fija	2		2	
		Galería de fotos en movimiento		2		2
	Video		2		2	
	Animaciones		2		2	
	Infografía		2		2	
LENGUAJE INTERACTIVO						
ELEMENTOS EMPLEADOS						
Según tipo	Formularios		2		2	
	Encuestas		2		2	
	Juegos			2		2
	Móviles (MSN)		2		2	
	Íconos comunicantes		2		2	
	Redes sociales	Facebook		2		2
Twitter		2		2		
Flirck			2		2	
Hi5			2		2	
Delicious			2		2	
Motores de búsqueda	Búsqueda simple		2		2	
	Búsqueda avanzada			2	2	
Según temporalidad	Sincrónico			2		2
	Asincrónico		2		2	
			Resultado final			
					86.0	14.0

**TABLA DE RESULTADOS GLOBALES DEL ANÁLISIS DE A LA PÁGINA
BUCARAMANGA EN LA SECCIÓN SANTANDER**

				Lunes 21		Martes 22		Miércoles 23		Jueves 24		Viernes 25		TOTALES	
ESTRUCTURA GENERAL															
Página: http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
ACTUALIZACIÓN															
Según tiempo	Renovación por hora			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Renovación por minuto				0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
ACCESIBILIDAD															
Tipo de usuario	Cualquier tipo de usuario			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Plataforma	Internet Explorer			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Firefox			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Google Chrome			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
RETÓRICA HIPERMEDIA															
	Íconos dinámicos				0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Ventanas alternativas				0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras o imágenes			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Objetos con movimiento dentro del portal				0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
LENGUAJE DE TEXTOS															
TIPO DE TEXTO															
Según formato	Tamaño			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Color			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Normal			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Negrilla			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Cursiva			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
GÉNEROS PERIODÍSTICOS															
Tipología	Informativos			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Interpretativos			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Dialógicos			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Argumentativos				0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
LENGUAJE MULTIMEDIA															
ELEMENTOS EMPLEADOS															
Según tipo	Texto			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Sonido			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Imagen	Fotografía fija		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
		Galería de fotos en movimiento			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Video			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Animaciones			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Infografía				0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
LENGUAJE INTERACTIVO															

ELEMENTOS EMPLEADOS													
Según tipo	Formularios	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Encuestas	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Juegos		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Móviles (MSN)	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Íconos comunicantes	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Redes sociales	Facebook	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Twitter	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Flirck		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Hi5		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Delicious		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
Motores de búsqueda	Búsqueda simple	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Búsqueda avanzada	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Según temporalidad	Sincrónico		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Asincrónico	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Resultado final												70.0	30.0

**TABLA DE RESULTADOS GLOBALES DEL ANÁLISIS DE A LA PÁGINA
COLOMBIA EN LA SECCIÓN ACTUALIDAD**

			Lunes 8		Martes 9		Miércoles 10		Jueves 11		Viernes 12		TOTALES	
ESTRUCTURA GENERAL														
Página: http://www.vanguardia.com/actualidad/colombia			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
ACTUALIZACIÓN														
Según tiempo	Renovación por hora		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Renovación por minuto			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5	2,5	
ACCESIBILIDAD														
Tipo de usuario	Cualquier tipo de usuario		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Plataforma	Internet explorer		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Firefox		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Google chrome		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
RETÓRICA HIPERMEDIA														
	Íconos dinámicos			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Ventanas alternativas			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Texto al ubicar el ratón sobre palabras		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Objetos con movimiento dentro del portal			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
LENGUAJE DE TEXTOS														
TIPO DE TEXTO														
Según formato	Tamaño		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Color		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Normal		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Negrilla		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Cursiva		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
GÉNEROS PERIODÍSTICOS														
Tipología	Informativos		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Interpretativos		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Dialógicos		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Argumentativos			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
LENGUAJE MULTIMEDIA														
ELEMENTOS EMPLEADOS														
Según tipo	Texto		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Sonido		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Imagen	Fotografía fija	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
		Galería de fotos en movimiento		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Video		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Animaciones		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Infografía			0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
LENGUAJE INTERACTIVO														
ELEMENTOS EMPLEADOS														

Según tipo	Formularios	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Encuestas	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Juegos		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Móviles (MSN)	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Íconos comunicantes	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Redes sociales	Facebook	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Twitter	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Flirck		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Hi5		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Delicious		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
Motores de búsqueda	Búsqueda simple	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
	Búsqueda avanzada	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Según temporalidad	Sincrónico		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5
	Asincrónico	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		2,5	
Resultado final												72,5	27,5