



Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Maestría en Periodismo

**El lenguaje ciberperiodístico en las columnas de los
cibermedios argentinos.**

**Determinación de la presencia y del uso de sus rasgos
definitorios en las opiniones de *Clarín.com*, *Lanación.com*,
Infobae.com y *Diarioregistrado.com*.**

Autor: Luis Ignacio Garcia Sigman

Legajo: DNI0030368497

Tutora: Lila Luchessi.

Buenos Aires, marzo de 2015.



Universidad de
San Andrés

ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN.....	9
I. CONSIDERACIONES PRELIMINARES.....	10
II. PREGUNTAS.....	12
1. Principal.....	12
2. Secundarias.....	12
III. OBJETIVOS.....	13
1. Objetivo General.....	13
2. Objetivos específicos.....	14
IV. HIPÓTESIS.....	15
1. Principal.....	15
2. Secundarias.....	15
V. ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	17
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO – METODOLÓGICO.....	18
I. INTRODUCCIÓN.....	19
PRIMERA SECCIÓN: MARCO TEÓRICO.....	21
I. Ciberperiodismo.....	21
II. Cibermedios.....	25
III. La comunicación en el ciberespacio y los rasgos definitorios del lenguaje ciberperiodístico (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad).	28
1. Hipertextualidad.....	32
A. <i>Enlaces: clasificación de sus diferentes expresiones.</i>	<i>33</i>

<i>B. Estructura</i>	38
2. Multimedialidad	41
3. Interactividad	43
IV. Géneros periodísticos: la columna	46
SEGUNDA SECCIÓN: LA METODOLOGÍA	54
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS INDIVIDUALES Y COMPARACIONES	73
I. INTRODUCCIÓN	74
PRIMERA SECCIÓN: ANÁLISIS PARTICULARES	76
I. Clarín.com	76
1. Hipertextualidad	76
<i>A. Enlaces</i>	76
<i>B. Estructura</i>	78
2. Multimedialidad	78
<i>B. Modo de articulación</i>	79
3. Interactividad	79
<i>A. Interactividad de navegación o selectiva</i>	79
<i>B. Interactividad comunicativa o participativa</i>	80
<i>C. Interactividad productiva</i>	81
II. Lanacion.com	81
1. Hipertextualidad	82
<i>A. Enlaces</i>	82
<i>B. Estructura</i>	84

2.	Multimedialidad	84
	A. <i>Elementos</i>	84
	B. <i>Modo de articulación</i>	85
3.	Interactividad	85
	A. <i>Interactividad de navegación o selectiva</i>	85
	B. <i>Interactividad comunicativa o participativa</i>	86
	C. <i>Interactividad productiva</i>	88
III.	Infobae.com	88
1.	Hipertextualidad	88
	A. <i>Enlaces</i>	88
	B. <i>Estructura</i>	90
2.	Multimedialidad	90
	A. <i>Elementos</i>	90
	B. <i>Modo de articulación</i>	91
3.	Interactividad	91
	A. <i>Interactividad de navegación o selectiva</i>	91
	B. <i>Interactividad comunicativa o participativa</i>	92
	C. <i>Interactividad productiva</i>	93
IV.	Diarioregistrado.com	93
1.	Hipertextualidad	94
	A. <i>Enlaces</i>	94
	B. <i>Estructura</i>	96

2. Multimedialidad	96
A. <i>Elementos</i>	96
B. <i>Modo de articulación</i>	97
3. Interactividad	97
A. <i>Interactividad de navegación o selectiva</i>	97
B. <i>Interactividad comunicativa o participativa</i>	98
C. <i>Interactividad productiva</i>	99
SEGUNDA SECCIÓN: LAS COMPARACIONES	100
I. Primera comparación: las columnas de los periódicos digitales con referentes impresos	100
1. Hipertextualidad	100
A. <i>Enlaces</i>	100
B. <i>Estructura</i>	101
2. Multimedialidad	102
A. <i>Elementos</i>	102
B. <i>Modo de articulación</i>	103
3. Interactividad	103
A. <i>Interactividad de navegación</i>	103
B. <i>Interactividad de comunicación</i>	104
C. <i>Interactividad productiva</i>	106
II. Segunda comparación: las opiniones de los cibermedios desarrollados exclusivamente para la web	106

1. Hipertextualidad.....	106
<i>A. Enlaces.....</i>	<i>106</i>
<i>B. Estructura.</i>	<i>108</i>
2. Multimedialidad.	108
<i>A. Elementos.....</i>	<i>108</i>
<i>B. Modo de articulación.....</i>	<i>109</i>
3. Interactividad.	110
<i>A. Interactividad selectiva.</i>	<i>110</i>
<i>B. Interactividad comunicativa.....</i>	<i>111</i>
<i>C. Interactividad productiva.</i>	<i>113</i>
III. Tercera comparación: las columnas de los cuatro cibermedios seleccionados.	
113	
1. Hipertextualidad.....	113
<i>A. Enlaces.....</i>	<i>113</i>
<i>B. Estructura.</i>	<i>115</i>
2. Multimedialidad.	116
<i>A. Elementos.....</i>	<i>116</i>
<i>B. Modo de articulación.....</i>	<i>117</i>
3. Interactividad.	118
<i>A. Interactividad selectiva.</i>	<i>118</i>
<i>B. Interactividad de comunicación.....</i>	<i>119</i>
<i>C. Interactividad productiva.</i>	<i>121</i>

CONCLUSIONES.....	123
I. CONSIDERACIONES FINALES.....	124
BIBLIOGRAFÍA.....	131
ANEXOS.....	145



Universidad de
San Andrés

INTRODUCCIÓN.



Universidad de
San Andrés

I. CONSIDERACIONES PRELIMINARES.

La emergencia de Internet tuvo un significativo impacto en todas las áreas del conocimiento (Canavilhas, 2007:1). En el ámbito del periodismo, los estudios que analizaron los efectos que produjo la web en tal esfera se desarrollaron en diversos sentidos; en particular, tales investigaciones se propusieron analizar la manera en que Internet afectó, por ejemplo, la organización de las redacciones y la actividad de los periodistas, la formación de los profesionales de los medios de comunicación, los géneros periodísticos y también el lenguaje del periodismo (Canavilhas, 2007:1; Tejedor Calvo, 2010:1; Masip, Diaz Noci, Domingo, Micó – Sanz y Salaverría, 2010).

Los trabajos que, específicamente, concentraron su interés en el estudio de este último tema – es decir, en el lenguaje ciberperiodístico – se interesaron, por ejemplo, por determinar cuáles eran sus rasgos o componentes definitorios; por evaluar y especular acerca de cómo su uso podía integrarse – y, al hacerlo, modificar – los géneros periodísticos tradicionales o posibilitar la creación de nuevos; por establecer prescripciones para su adecuado aprovechamiento; por distinguir, según el grado de explotación del lenguaje propio de Internet, diferentes fases en la evolución del ciberperiodismo; y también por analizar la presencia y/o utilización que, de (alguno/s o todos) los elementos del mismo, hacían los contenidos de los cibermedios (Canavilhas, 2007, pp. 1 – 7; Tejedor Calvo, 2010, pp. 59 – 61; Masip, Diaz Noci, Domingo, Micó – Sanz y Salaverría, 2010).

En relación con este último grupo de estudios, pudo advertirse, a partir de su lectura, que, en su marco, existían algunos trabajos que, al evaluar la presencia y/o el uso que, de los rasgos del lenguaje ciberperiodístico, hacían los cibermedios y, en particular, sus productos, tuvieron en cuenta, de alguna manera, a los géneros argumentativos que,

desde el papel, se trasladaron a la web; al mismo tiempo, se observó que dichas investigaciones tendieron a coincidir que tales formatos textuales (y, en particular, las columnas) eran – entre los diferentes géneros que, desde las versiones impresas, llegaron a las online – los que menos habían asimilado rasgos tales como la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

A su vez, también resultó posible notar una serie de cosas en relación con estos estudios, es decir, aquellos que, al determinar el tipo de contenidos en los que analizarían la presencia y/o utilización de los rasgos del lenguaje ciberperiodístico, enfocaban, de algún modo, su atención en los géneros argumentativos.

Primero, se pudo ver que, en el marco más amplio de la literatura en la que se inscribían, representaban más una excepción que la norma; esto es así porque, en términos generales, dicha bibliografía no tendió a concentrar su atención en los géneros argumentativos (y, mucho menos, en la columna).

Segundo, se advirtió, a su vez, que, a la hora de alcanzar sus objetivos, estos trabajos no solían distinguir entre los diferentes subtipos del género argumentativo ni a estudiarlo (ya fuera el género o alguna/s de sus particulares subcategorías) de manera exclusiva, detallada y minuciosa ni a incluir, en sus muestras, productos periodísticos de este tipo extraídos de cibermedios argentinos.¹

¹ Señalar esto no implica negar ni desconocer que haya investigaciones que, de alguna manera, hayan estudiado la presencia o aprovechamiento que, de alguno/s elementos del lenguaje ciberperiodístico, hacen los periódicos digitales argentinos; sino, solamente, señalar que ninguno de ellos se concentró, en particular, en los géneros argumentativos que, desde el papel, se trasladaron a la web (y, mucho menos aún, específicamente en las columnas). Se considera que puede respaldarse lo señalado haciendo referencia, a modo de ejemplo, a los siguientes trabajos: Bergero, F., Espiño, S., Solaro, L. (2012). Interactividad y multimedialidad en los sitios digitales de la Patagonia. En Rost, A. y Bergero, F. (Eds.), *Periodismo en contexto de convergencia* (pp. 101 – 126); Hernández Soto, T. (2012). *Cibermedios*

De tal modo, teniendo en cuenta que, hasta el momento, no se habían realizado significativos aportes en relación con la presencia y/o utilización que, de elementos tales como la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, hacen, en particular, las columnas de los diarios digitales argentinos, se consideró que resultaba pertinente embarcarse en la realización de un trabajo que pudiera configurar un modesta contribución en dicho sentido, es decir, en la exploración y determinación del uso o presencia que, específicamente, las columnas publicadas en los cibermedios nacionales hacen de los recursos propios del lenguaje ciberperiodístico.

II. PREGUNTAS.

1. Principal.

El trabajo se pregunta si las columnas publicadas en los cibermedios argentinos incorporan alguna/s de las expresiones de cada categoría distinguida en el seno de los rasgos propios del lenguaje periodístico en Internet.

2. Secundarias.

Latinoamericanos. Caso estudio: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela [versión Kindle Reader]. Recuperado de http://www.amazon.com/Cibermedios-Latinoamericanos-Argentina-Colombia-Venezuela-ebook/dp/B00A8IMVR4/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1422626029&sr=8-1&keywords=cibermedios+latinoamericanos&pebp=1422626036359&peasin=B00A8IMVR4; Prudkin, G. (Junio, 2013). *Características preliminares del periodismo digital de la provincia de Córdoba a partir de un análisis actual de sus tipos en la Web*. Trabajo presentado en el VI Encuentro Panamericano de Comunicación, organizado por la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina. Recuperado de <http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/Estudios%20sobre%20periodismo/-Unlicensed-Estudios-sobreperiodismo-Prudkin-Gonzalo.pdf>; Ramírez Gelbes, S. (Septiembre, 2012). *El periodismo en Internet: acerca del lenguaje en la pantalla*. Trabajo presentado en el III Pentálogo "Interne: viagens no espaço e no tempo", organizado por el Centro Internacional de Semiología y Comunicación. Joao Pessoa, Brasil; Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* (Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona). Recuperado de <http://redaccion.uncoma.edu.ar/Libros/Lainteractividad.pdf>

¿Qué cantidad y que clase de manifestaciones de cada dimensión distinguida en el seno de cada rasgo del lenguaje ciberperiodístico utilizan las columnas de los periódicos digitales del país?

¿Qué diferencias y/o similitudes pueden encontrarse, en clave del número y el tipo de expresiones de cada aspecto discernido dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad que incluyen, al comparar las columnas de los distintos periódicos digitales que cuentan con versiones impresas?

¿Qué desemejanzas y/o aspectos similares es posible identificar, considerando la cantidad y la clase de exteriorizaciones de cada categoría distinguida dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad que incorporan, al cotejar las opiniones de los ciberdiarios desarrollados exclusivamente para la web?

¿Qué diferencias y/o similitudes resulta posible hallar, también en términos del número y el tipo de manifestaciones de cada dimensión discernida dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad que utilizan, al contrastar las columnas de los dos grupos de diarios digitales (es decir, tanto las de aquellos que cuentan con referentes impresos como las de aquellos que se publican exclusivamente en Internet)?

III. OBJETIVOS.

1. Objetivo General.

- Explorar si las columnas publicadas en los cibermedios argentinos usan alguna/s de la/s expresión/es de las dimensiones que se distingan dentro de los elementos definitorios del lenguaje periodístico en Internet.

2. Objetivos específicos.

- Establecer la cantidad y los tipos de manifestaciones de cada categoría discernida en el seno de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad que usan las opiniones de los ciberdiarios nacionales.
- Comparar, en clave del número y las clases de expresiones de cada aspecto distinguido dentro de cada rasgo propio del lenguaje ciberperiodístico que integran, las columnas de los diferentes diarios digitales que cuentan con versión en papel.
- Cotejar, tomando en consideración la cantidad y el tipo de manifestaciones de cada categoría discernidas dentro de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad que incluyen, las opiniones de los periódicos digitales que funcionan sólo en Internet.
- Contrastar, tomando en consideración el número y la clase de exteriorizaciones de cada dimensión distinguida dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad que utilizan, las columnas de todos los cibermedios, es decir, tanto las de aquellos que cuentan con referentes impresos como las de aquellos que sólo fueron desarrollados para la web.

IV. HIPÓTESIS.

1. Principal.

- Las columnas de los cibermedios argentinos utilizan algunas de las expresiones de las categorías distinguidas dentro de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

2. Secundarias.

- En relación con las comparaciones de las columnas de los dos cibermedios que cuentan con versiones impresas, se advertirá:
 - a. Al cotejarlas teniendo en cuenta el primer criterio señalado, que, en el caso de algunas de las dimensiones discernidas dentro de cada rasgo del lenguaje ciberperiodístico, los dos grupos de opiniones utilizaron la misma cantidad de sus respectivas expresiones y que, en el caso de otras de las aludidas dimensiones, ambos conjuntos integraron números diferentes de sus correspondientes manifestaciones.
 - b. Al contrastarlas tomando en consideración el segundo criterio, que, en el caso de ciertas categorías distinguidas dentro de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, los dos conjuntos de columnas se comportaron de la misma manera en relación con todas sus respectivas expresiones; y que, en el caso de otras de las referidas categorías, los dos conjuntos actuaron de una misma forma en vinculación con ciertas de sus correspondientes manifestaciones y de modos diferentes en vinculación con otras.

- En vinculación con los cotejos de las opiniones de los cybermedios que fueron desarrollados exclusivamente para la web, se verificará:
 - a. Al comparar los distintos grupos con el primer criterio, que, en el caso de algunos de los aspectos discernidos en el marco de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad, los dos grupos de columnas de columnas usaron el mismo número de sus respectivas manifestaciones; y que, en el caso de otros de los citados aspectos, utilizaron números distintos de sus correspondientes expresiones.
 - b. Al cotejarlas con el segundo de los criterios indicados, que, en el caso de algunas de las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad, los dos conjuntos de opiniones actuaron del mismo modo en relación con todas sus respectivas manifestaciones; y que, en el caso de otras de las referidas dimensiones, los distintos grupos de columnas se comportaron de la misma manera en vinculación con algunas de sus correspondientes manifestaciones y de un modo distinto en relación con otras.
- En vinculación con la confrontación de las opiniones de los todos los periódicos digitales que se analices, es decir, tanto las de aquellos que cuenten con referentes impresos como las de aquellos que funcionen sólo en Internet, se observará:
 - a. Al parangonarlos con el primer criterio referido, que, en el caso de algunas de las categorías discernidas dentro de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, todos los grupos de columnas utilizaron la misma cantidad de sus respectivas expresiones; que, en el caso de otras de

las citadas dimensiones, algunos conjuntos de opiniones incorporaron un número de sus correspondientes manifestaciones y otros, un número distinto; y que, en el caso de otras de las aludidas categorías, todos los grupos de columnas usaron cantidades distintas de sus respectivas expresiones.

- b. Al contrastar con el segundo criterio indicado, que, en el caso de algunas de las dimensiones distinguidas dentro de cada rasgo del lenguaje ciberperiodístico, todos los conjuntos de opiniones se comportaron del mismo modo en vinculación con todas sus correspondientes manifestaciones; y que, en el caso de otras de tales dimensiones, los distintos conjuntos de columnas actuaron de la misma forma en relación con algunas sus respectivas manifestaciones y de manera diferente en vinculación con otras.

V. ESTRUCTURA DEL TRABAJO.

El presente trabajo, se dividirá en dos capítulos. El primero se dividirá, a su vez, en dos secciones: en la primera, se expondrá el marco teórico con el que se trabajará mientras que, en la segunda, se presentará el enfoque metodológico adoptado. El segundo capítulo también constará de dos secciones: la primera estará dedicada a establecer si las columnas de los cibermedios argentinos que se estudien utilizaron alguna/s expresión/es de las dimensiones distinguida dentro de cada rasgo del lenguaje ciberperiodístico y también – en cada caso que lo indicado previamente pueda verificarse – a determinar la cantidad y el tipo de expresiones que, en las opiniones de cada diario digital evaluado, se usaron; y el segundo se ocupará de presentar los resultados que se obtengan al realizar, con los dos criterios indicados, las tres aludidas comparaciones.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO – METODOLÓGICO.



Universidad de
San Andrés

I. INTRODUCCIÓN.

El presente capítulo se propone, en su primera sección, precisar los conceptos centrales de la investigación y, en la segunda, exponer la metodología con la que, en ella, se trabajará.

En relación con la primera sección, se precisa que, para alcanzar los propósitos que se planteó, se dividirá en cuatro apartados. En el primero, se indicará que *ciberperiodismo* será el concepto utilizado para referirse al trabajo de los medios y los periodistas en la web y también se precisará lo que se entiende por tal concepto. En el segundo, se señalará, por un lado, que, para aludir a los medios en los que se expresa esta nueva forma de informar, se hablará de *cibermedio* y, por otro lado, se establecerá lo que, por tal término, se entiende.

En el tercero, se indicarán las definiciones de cada uno de los rasgos del lenguaje ciberperiodístico, es decir, la *hipertextualidad*, la *multimedialidad* y la *interactividad*; a su vez, se distinguirán, en el caso de cada uno de los citados rasgos del lenguaje periodístico en la web, las dimensiones – y también sus respectivas expresiones – que se tendrán en cuenta para evaluar las columnas de los cibermedios argentinos que se seleccionen. Antes de adentrarse en esta labor, se establecerán, de manera breve y sucinta y con el mero propósito de presentar el marco más amplio dentro del que se insertan, desenvuelven y adquieren sentido los aludidos elementos, algunas reflexiones acerca del contexto general de la comunicación que tiene lugar en el ciberespacio.

En el cuarto, se indicará qué se entiende, en general, por géneros periodísticos y, en particular, por los argumentativos, es decir, aquellos dentro de los que se inscriben las columnas u opiniones; asimismo, se hará una breve referencia a las conclusiones que, hasta el momento, ha alcanzado la literatura de referencia que, de alguna manera,

abordó el estudio del subtipo de género argumentativo que interesa a este trabajo, es decir, las columnas.

En todos los casos, el trabajo tomará como principal referencia teórica a los trabajos de Ramón Salaverría; de todos modos, cabe precisar que tal hecho no supone que, toda vez que se considera adecuado y, a la vez, posible, no se vayan a complementar, enriquecer o completar las reflexiones que, sobre los diferentes temas indicados, realizó este autor con las que hicieron otros especialistas de la disciplina.

En relación con la segunda sección, se indica que, para alcanzar los objetivos que se plantearon, la exposición, que no se dividirá en apartados, precisará el tipo de enfoque, el alcance y la clase de diseño que asumirá la investigación; asimismo, indicará los criterios con los que se seleccionaron los cibermedios nacionales cuyas opiniones se analizaron y también hará una serie de precisiones relativas al proceso de recolección de datos.

PRIMERA SECCIÓN: MARCO TEÓRICO.

I. Ciberperiodismo.

Los especialistas están de acuerdo en que resulta necesario referirse al periodismo que, desde hace aproximadamente dos décadas, se practica en Internet con un término diferente de *periodismo*, pero todavía no lograron ponerse de acuerdo en torno a cuál es la denominación más adecuada para aludir al citado fenómeno (López, Gago y Pereira, 2003, pp. 1 – 2; Salaverría, 2005a, pp. 16 – 21; López, Limia Fernández, Iasi Varela, Pereira Fariña, Gago Mariño, Calvo Diéguez, 2005, pp. 39 – 40; Rost, 2006, p. 10; Canavilhas, 2007, pp. 2 – 7; Meso, López, Alonso, 2007, p.3).

Se considera que, en relación con lo expuesto, pueden realizarse dos precisiones. En primer lugar, puede señalarse, en relación con el punto alrededor del que se generó un fuerte consenso entre los académicos, que, según Salaverría (2005a), la necesidad de emplear un neologismo o concepto distinto de periodismo para hacer alusión a esta nueva realidad resulta de la articulación de dos convicciones (Salaverría, 2005a, pp. 13 – 14).

La primera, afirmar que este novedoso modo de informar debe ser considerado periodismo; y la segunda, estimar que el periodismo que se hace en Internet configura una nueva expresión periodística, es decir, que cuenta con una serie de rasgos propios que la distinguen del periodismo que, hasta finales del siglo pasado, se practicó en la prensa, la radio y la televisión (Salaverría, 2005a, pp. 13 – 14).

En vinculación con este último punto, se sostiene que el ciberperiodismo encarna una nueva manera de hacer periodismo en la medida en que – del mismo modo que, en el pasado, sucediera con el papel, la ondas radiofónicas y la televisión – Internet, en tanto soporte, modificó, en las últimas décadas, los tres procesos sobre los que se sostiene la

profesión periodística: la investigación, la producción y la difusión (Salaverría, 2005a, p.15; Canavilhas, 2007, p. 2; Pavlik, 2001:xiii).²

En lo relativo a la investigación, fue generando un profundo cambio en la metodología y en el acceso a las fuentes como resultado del uso que los periodistas hacen de la red y de sus recursos documentales digitalizados. En relación con la producción, fue produciendo una significativa mutación en los procesos y formas de generar contenidos periodísticos que deriva de la utilización de las herramientas digitales por parte de los profesionales del ámbito (Salaverría, 2005a, pp. 15 – 16).

Y, en lo relativo a la difusión, la particularidad de esta nueva expresión periodística está dada por la utilización que hacen los medios de las plataformas digitales y, en particular, de Internet, para publicar sus contenidos explotando los rasgos propios del lenguaje web, es decir, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Salaverría, 2005a, pp. 15 – 16).

En segundo lugar, se puede establecer, en relación con el aspecto sobre el que, hasta el momento, los especialistas no lograron alcanzar un acuerdo, que la falta de consenso en torno a cuál es la denominación más apropiada para referirse al periodismo que se hace en Internet se reflejó en que, con el citado propósito, los investigadores utilizaron numerosos y diferentes términos; entre ellos, pueden destacarse los siguientes:

² La tesis que subyace esta afirmación, compartida por Salaverría (2005a) y Canavilhas (2001, 2007), sostiene que el soporte introduce, informa y determina el lenguaje del periodismo que, en él, se practica. En este sentido, Salaverría sostiene: "Nadie discute, por ejemplo, que los periodismos en prensa, radio televisión tienen identidades diferentes, a pesar de compartir elementos comunes. Son manifestaciones distintas del periodismo, en virtud de su diferente soporte. Y es precisamente el soporte el que determina los procesos editoriales y lenguajes de cada tipo de periodismo (Salaverría, 2005a, p. 16). En la misma línea, Canavilhas afirma: "La historia demuestra que el nacimiento de nuevos mass media introduce nuevas rutinas y nuevos lenguajes periodísticos adaptados a las características del medio..." (Canavilhas, 2007, p. 2).

periodismo online, periodismo en red, periodismo en internet, periodismo electrónico, periodismo multimedia, periodismo digital y e – periodismo, periodismo multimedia (López, Gago y Pereira, 2003, pp. 1 – 2; Salaverría, 2005a, pp. 16 – 21; López et ál., 2005, pp. 39 – 40; Rost, 2006, p. 10; Canavilhas, 2007, pp. 2 – 7; Meso, López, Alonso, 2007, p. 3).³

El presente trabajo, siguiendo a Salaverría (2005a), utilizará, para referirse a la labor de los medios y de los periodistas en Internet, el término *ciberperiodismo*; este será comprendido como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos” (Salaverría, 2005a, p. 21 Díaz Noci y Salaverría, 2003b, p. 17).

El académico español sostiene – del mismo modo que lo hacen otros especialistas que, en este aspecto, adhieren a su postura – que existen diversos motivos por los que el término *ciberperiodismo* resulta la alternativa más apropiada para definir esta nueva modalidad de informar (López, Gago y Pereira, 2003; Salaverría, 2005a; López et ál., 2005; Meso, López y Alonso, 2007).

³ Tal como se indicara, existe, entre los especialistas, un intenso debate en torno al modo de referirse al periodismo que se hace en y para Internet; una reconstrucción de ese debate puede encontrarse, por ejemplo, en los siguientes trabajos: Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia. Propuesta de Modelo periodístico para la WWW*. s/d: LabCom, pp. 2 – 7; De Pablos Coello, J. M. (2001). Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, pp. 57 – 67; Díaz Noci J. y Salaverría, R. (2003b). Introducción. En Autores (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 15 – 48). Barcelona, España, Ariel, pp. 16 – 17; Meso Ayerdi, K., López, G. y Alonso, J. (Diciembre, 2007). *Métodos de catalogación y tipología de cibermedios*. Trabajo presentado en el I Coloquio Internacional Brasil – España sobre Cibermedios, organizado por la Facultad de Comunicación de la Universidad Federal de Bahía. Bahía, Brasil, p. 3; López, X., Gago, M., Pereira, X. (2003). Modelos del ciberperiodismo gallego: de la definición a la consolidación en un nuevo entorno. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 8 (14), pp. 97 – 109; Salaverría, R. (2005a). *Redacción periodística en Internet*. Navarra, España: EUNSA, pp. 16 – 21;

En primer lugar, evita equívocos que generaban otras denominaciones en la medida en que, al hacer referencia al *ciberespacio*, es decir, al ámbito artificial creado por los medios informáticos, hace referencia al entorno específico en el que operan los cibermedios y los periodistas que generan contenidos para ellos (López, Gago y Pereira, 2003, pp. 1 – 2; Salaverría, 2005a; López et ál., 2005, p. 40; Meso, López, Alonso, 2007, p. 3).⁴

En segundo lugar, respeta la lengua española en la medida en que el prefijo *ciber* – que se agrega al término *periodismo* – ha sido admitido por el Diccionario de la Real Academia Española (Salaverría, 2005a, p. 20).

En tercer lugar, ofrece ventajas desde el punto de vista del estilo en tanto que, al ser sólo una palabra, hace que resulte más fácil y que sea más simple crear un conjunto de términos derivados de ella; entre estos, pueden destacarse, por ejemplo, *ciberperiodista*, *cibermedio*, *ciberperiodístico*, *ciberperiódico*, etc. (Salaverría, 2005a, p. 20).

Por último, genera las condiciones para que investigadores de diferentes lenguas utilicen un mismo concepto en la medida en que el concepto de *ciberperiodismo* no sólo está logrando un alto nivel de aceptación entre los especialistas hispanohablantes sino que también lo está obteniendo entre los investigadores portugueses, franceses y también anglosajones (Salaverría, 2005a, pp. 20 – 21; López et ál., 2005, p. 40).

⁴ Piénsese, por ejemplo, en los términos *periodismo electrónico*, *periodismo multimedia* o *periodismo digital*. Tal como lo establecen los especialistas que, en relación con este punto, adoptan la postura de Salaverría (2005a), todas estas denominaciones resultan ambiguas en la medida en que no logran establecer la especificidad del fenómeno que buscan designar o definir. En tal sentido, estos investigadores suelen precisar que la radio y la televisión también son *electrónicos*; que la prensa escrita y la televisión puede ser considerados *multimediales*; y que – en diferentes grados – los tres medios tradicionales pueden ser considerados *digitales* (Canavilhas, 2007, pp. 2 – 7; Meso, López, Alonso, 2008, p. 3; López et ál., 2005, pp. 39 – 40; López, Gago y Pereira, 2003, pp. 1 – 2; Salaverría, 2005a, pp. 16 – 21).

II. Cibermedios.

El presente trabajo, también siguiendo a Salaverría (2005a, 2006), asumirá que esta nueva forma de hacer periodismo se despliega, en particular, en los *cibermedios*, es decir, en “aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas” (Salaverría, 2006, p. 30).

En tal sentido, se precisa que, teniendo en cuenta su definición, el académico español afirma que deben ser considerados cibermedios todos aquellos que ofrezcan contenidos o productos periodísticos en la Web, es decir, “tanto si disponen de una edición alternativa en otro soporte como si se publican exclusivamente en internet” (Salaverría, 2006, p. 30).⁵

En la medida en que, en sus estudios, Salaverría no se detuvo a profundizar sus consideraciones sobre este concepto, se estima apropiado ahondar en este tema – es decir, en la idea de *cibermedio* – apelando al trabajo de García López, Limia Fernández, Varela, Pereira Fariña, Gago Mariño, Calvo Diéguez y Orihuela (2005), quienes, en un artículo publicado en un libro compilado por el mismo Salaverría, parten las reflexiones que, sobre este tema, realizó el académico español, pero, a su vez, las desarrollan y precisan.⁶

⁵ En este punto, se indica que, siguiendo el criterio utilizado en Salaverría et al. (2004b) y Salaverría (2006), este trabajo utilizará, con el exclusivo propósito de evitar las repeticiones y hacer más fluida la lectura, los términos *periódico digital*, *diario digital*, *ciberdiario* y *ciberperiódico* como sinónimos de *cibermedio*.

⁶ Los trabajos en los que Salaverría trata este tema – y cabe precisar que, en los tres casos, no sólo no se ocupa exclusivamente de este asunto sino que lo hace tangencialmente, es decir, en función de otros propósitos y dedicándole pocas líneas – son, tal como el mismo autor lo reconoce, los siguientes: Díaz Noci J. y Salaverría, R. (2003b). Introducción. En Autores (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 15 – 48). Barcelona, España, Ariel; Salaverría, R., Cores, R., Díaz Noci, J., Meso,

En tal sentido, se señala que García Lopez et ál. (2005) complejizan la definición propuesta por Salaverría (2006) al indicar que, desde su perspectiva, *cibermedio* es “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red Internet” (López et ál., 2005, p. 40).⁷

En relación con tal definición, puede señalarse que, con el propósito de comprenderla de un modo más cabal, resulta posible desagregar los elementos que la componen y analizarlos individualmente. En primer lugar, establece que el cibermedio es un medio; afirmar esto supone considerar que, en definitiva, pasó a formar parte, junto con la

K., Larrondo, A. (2004b). Evaluación de los cibermedios en las comunidades vasca y navarra. *Comunicación y Sociedad*, XVII (1), 161 – 189; Salaverría, R. (2006). Los cibermedios ante las catástrofes: del 11 – S al 11 – M. En Vara, A., Virgili, J.R, Giménez, E., Díaz, M. (Eds.), *Cobertura informativa del 11 – M* (pp. 29 – 45). Pamplona, España: EUNSA.

⁷ En este punto, se considera que, con el propósito de enriquecer la exposición, pueden presentarse otras dos definiciones de cibermedio que, por los elementos a los que aluden para caracterizarlo, resultan muy similares a las ofrecidas por los especialistas aludidos en el cuerpo principal del texto. En primer lugar, se señala que Jaime Alonso (2010) considera que, por cibermedio, deben entenderse “todos aquellos sitios web que poseen como función prioritaria la producción y/o gestión de contenidos de información periodística, en cualquiera de sus formas y modalidades. En una primera acepción rápida y comúnmente aceptada – aunque no exacta del todo, como veremos más adelante –, cabría decir que los cibermedios se refieren a todos aquellos sitios web que corresponden a medios de comunicación tradicionales – aquellos que se dan antes de que Internet fuera una realidad, tales como la prensa, la radio y la televisión –, y que se desarrollan en el nuevo ámbito de comunicación para producir y gestionar contenidos – de información periodística, como decimos – empleando las tecnologías del nuevo entorno comunicacional: hipertexto, interactividad, multimedia, etcétera” (pp. 27 – 28). En segundo lugar, se indica que, desde la óptica de Cebrián Herreros (2009), se entiende por cibermedio: “el proceso que va de un productor – emisor de contenidos y servicios informativos mediante estrategias y técnicas periodísticas específicas y adecuadas a las exigencias de la plataforma Internet y con la potencialidad incorporada por ésta como el uso integrado de varios sistemas expresivos: escrito, gráfico, icónico, auditivo, audiovisual y multimedia, hasta llegar a unos usuarios que pueden seguir, manejar o producir otras informaciones y entablar diálogo o intercambiarse los papeles con el emisor” (p. 16).

prensa escrita, la radio y la televisión, de la taxonomía de medios de comunicación (López et ál., 2005, p. 40).⁸

En segundo lugar, determina que el cibermedio es un emisor de contenidos, es decir, proporciona contenidos y productos de diverso tipo: a. informativos; b. de servicios de información, comerciales (o de gestión) y de entretenimiento; c. de comunicación o relacionales; d. de infomediación o intermediación (López et ál., 2005, pp. 40 – 41; Alonso y Martínez, 2003, pp. 276 - 279). En tal sentido, se indica, a su vez, que el hecho de que un cibermedio decida ofrecer contenidos de una u otra clase dependerá del propósito u objetivo que, en cada caso, se plantee (López et ál., 2005, p. 41).

En tercer lugar, establece que el cibermedio está dirigido a un público; con esto, se hace referencia al hecho de que, gracias a las propiedades del soporte sobre el que operan, los cibermedios conducen a un quiebre de la clásica unidireccionalidad del discurso que caracterizaba a los medios precedentes para entablar un tipo de comunicación personalizada e individualizada en la que los usuarios dejan de ser sujetos pasivos – tal como había sido hasta el momento – y se convierten en sujetos activos y, a la vez, interactivos (López et ál., 2005, p. 41).

En cuarto lugar, señala que el cibermedio opera con criterios y técnicas periodísticas, es decir, emplea, en los planos ético, profesional, de redacción y de estructura, pautas y prácticas propias del periodismo y, por ende, hace posible que, en términos calidad y comprensión, los productos que genera alcancen altos estándares (López et ál., 2005, p. 42).

⁸ En relación con este tema, puede consultarse un análisis más minucioso del mismo en Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia. Propuesta de Modelo periodístico para la WWW*. s/d: LabCom , pp. 19 – 28.

En quinto lugar, determina que el cibermedio se caracteriza por su actualización; en tal sentido, se señala que la posibilidad de renovar de manera permanente sus contenidos hace que no estén sujetos a una determinada periodicidad. A su vez, se señala que los usuarios pueden consultar esas actualizaciones en el momento en el que se publican o, gracias a la capacidad de almacenamiento del soporte, en cualquier otro posterior (López et ál., 2005, pp. 42 – 43).⁹

En sexto lugar, establece el carácter hipertextual, multimedial e interactivo de los cibermedios, es decir, se caracteriza por tener la posibilidad de aprovechar los citados recursos que el soporte le ofrece, es decir, esos que, al conjugarse, dan vida al lenguaje ciberperiodístico; precisamente este tema (es decir, los elementos característicos del lenguaje del periodismo en Internet) es al que, en mayor medida, se dedicará el siguiente apartado.

III. La comunicación en el ciberespacio y los rasgos definitorios del lenguaje ciberperiodístico (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad).

Tal como se indicara, antes de concentrarse en el tema que demandará la mayor atención de este punto de la exposición (es decir, la definición de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad), la presentación se detendrá a presentar, de manera concisa y breve, algunos rasgos de la comunicación que se da en el ciberespacio, es

⁹ En relación con los diferentes momentos en que los usuarios pueden consultar las actualizaciones, Díaz Noci y Salaverría (2003c) señalan lo siguiente: “De ese modo, la Red proporciona la posibilidad de ser informado a través de los dos procesos en que puede analizarse la convergencia temporal de la comunicación: de modo sincrónico o asincrónico. Esto es, haciendo coincidir, o no, el momento de la emisión con el de la recepción. En Internet, se puede conocer la información al mismo tiempo que su autor le está introduciendo en la Red y, por el contrario, puede acudir a los cibermedios para conocer una información habiendo transcurrido ya un tiempo desde su emisión. Es el flujo informativo acumulativo” (Díaz Noci y Salaverría, 2003c, pp. 71 – 72).

decir, del marco más amplio dentro del que los aludidos rasgos del lenguaje periodístico en la web se inscriben, desarrollan y adquieren sentido.

Así, puede señalarse que la comunicación que tiene lugar en el ciberespacio es diferente de la que, por ejemplo, se da cara a cara o a través de la radio o de la televisión. Tal desemejanza deriva de que, en cada caso, los distintos soportes imponen diferentes contextos retóricos, entendidos éstos como aquellos que surgen a partir de la articulación de las particulares circunstancias del emisor, el receptor, el canal, el lenguaje y el contenido del mensaje (Salaverría, 2005a, pp. 21 – 22).

La retórica brinda una matriz conceptual apropiada para analizar estos contextos; específicamente, resulta posible utilizar las tradicionales etapas del discurso retórico – es decir, la *inventio*, la *dispositio*, la *elocutio*, la *memoria* y la *actio* o *pronuntiatio* – para observar la manera en que, en tanto nuevo soporte, Internet modificó – y al hacerlo creó uno distinto – el contexto retórico de la comunicación propia del periodismo impreso (Salaverría, 2005a, pp. 21 – 22).

En primer lugar, alteró la *inventio*, es decir, el acto intelectual de concebir un texto, en la medida en que brindó nuevas fuentes de información y modelos o esquemas para emular. En segundo lugar, modificó la *dispositio*, es decir, el modo de organizar los elementos del discurso, en tanto la hipertextualidad habilitó la posibilidad de optar por una arquitectura textual multiforme (Diaz Noci, 2004, p. 11; Salaverría, 2005a, pp. 21 – 22).

En tercer lugar, influyó en la *elocutio*, es decir, las particulares maneras de comunicarse, ya que generó las condiciones para que, entre el escritor y el lector, se trabara un intercambio mucho más estrecho que el que se podía generar en el marco del periodismo impreso. En cuarto lugar, generó un cambio en la *memoria* en la medida en

que, a partir del hipertexto, brindó nuevas – y mucho más amplias – oportunidades documentales. En quinto lugar, alteró la *actio* o *pronunciatio* en tanto que la escritura dejó de ser sólo textual o textual icónica para pasar a integrar y combinar textos, imágenes y también sonidos (Diaz Noci, 2004, p. 11; Salaverría, 2005a, p. 22).

En este punto, la presentación realizará una última reflexión sobre este tema antes de enfocarse, en profundidad, en el análisis de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, es decir, los temas a los que, por los propósitos que se plantea el trabajo, se dedicará la mayor parte de este apartado.

En tal sentido, se considera apropiado, en este instancia, detenerse a evaluar dos rasgos distintivos que el soporte Internet imprime sobre particular contexto retórico del ciberespacio: el policronismo y la multidireccionalidad. (Salaverría, 2005a, pp. 23 – 24). En términos de Salaverría (2005):

La comunicación a través de redes digitales interactivas se caracteriza en primer lugar por la ruptura de los condicionantes clásicos de toda comunicación: el tiempo y el espacio. Los mensajes en la Red tienen plena elasticidad temporal y no se ven sometidos por la distancia física. En este sentido, la comunicación en las redes se caracteriza por dos rasgos: a) el policronismo y b) la multidireccionalidad (p. 23).

En relación con el policronismo, se señala que, con este término, se hace referencia a “las múltiples posibilidades de relación temporal que se producen entre la emisión y la recepción de mensajes en el ciberespacio”, es decir, resulta posible que un específico acto elocutivo producido por un determinado emisor sea recibido por diversos receptores situados en coordenadas temporales distintas (Salaverría, 2005a, p. 23).

En vinculación con la multidireccionalidad, puede indicarse que, con esta categoría, se alude a la posibilidad de que los mensajes que circulan dentro del contexto retórico del

ciberspacio sean unidireccionales (desde un polo hasta otro, sin la posibilidad de que este último conteste), bidireccionales (de un sitio a otro, con la posibilidad de que el último responda) o multidireccionales (es decir, desde varios puntos hasta otros varios, que, a su vez, tienen la posibilidad de contestar); cabe destacar que ninguna de las tres alternativas se ve restringida por la distancia geográfica que pueda llegar a existir entre aquellos que se estén comunicando (Salaverría, 2005a, p. 24).

En esta instancia, resulta posible, finalmente, enfocar la atención en el estudio de la escritura ciberperiodística; en relación con esto, resulta pertinente señalar que, a la hora de producir contenidos para la web, los profesionales del periodismo deben tener en cuenta las específicas propiedades del lenguaje ciberperiodístico, es decir, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.¹⁰

¹⁰ Tal como lo resaltan muchos especialistas del área, han sido muchos los investigadores – entre aquellos que se dedicaron al estudio del periodismo en la web – que se concentraron en determinar las particularidades del lenguaje periodístico en la web (Barrios Puga, 2013; Canavilhas, 2007; Masip, Diaz Noci, Domingo, Micó – Sanz y Salaverría, 2010 Tejedor Calvo, 2010; Rost, 2006; Zamith, 2007, 2008, 2011). Al abordar los trabajos de estos académicos, pueden advertirse dos cosas.

Por un lado, se observa que no todos los autores coinciden a la hora de establecer los rasgos definitorios del lenguaje periodístico para la web; en tal sentido, resulta posible, siguiendo a Guellar, Rovira y Ruiz (2010), Canavilhas (2007) y Zamith (2008), agrupar a los investigadores en cinco conjuntos.

El primero está conformado por aquellos que afirman que las características específicas del lenguaje ciberperiodístico son tres, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Deuze, 2003; Diaz Noci y Salaverría, 2003b; Fondevila Gascón, 2009, 2012a, 2012b; Marrero Santana, 2008; Salaverría, 2004, 2005a). El segundo lo configuran los que estiman que son cuatro los elementos del lenguaje periodístico en Internet: los tres citados más actualización (Diaz Noci y Meso Ayerdi, 1998) o más personalización de contenidos (Bardoel y Deuze, 2001). Al tercero le dan vida aquellos que consideran que son cinco los componentes definitorios del lenguaje ciberperiodístico: los tres indicados por el primer grupo más actualización y memoria o documentación (Daltoé, 2003) o más personalización de contenidos más memoria o documentación (Palacio, 2003). El cuarto está conformado por los que establecen que son seis los rasgos del lenguaje del periodismo en la Web, es decir, todos los indicados por los autores previos (Canavilhas, 2007). Y, por último, al sexto lo conforman aquellos que afirman que son más de seis las características del lenguaje ciberperiodístico: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad,

Estas propiedades posibilitan que el lenguaje periodístico se desenvuelva en dos sentidos que se complementan. Por un lado, permiten que se renueve en la medida en que puede seguir realizando lo mismo que hasta ahora, pero sirviéndose de las nuevas oportunidades que estos tres rasgos le ofrecen. Por otro lado, posibilitan que innove en tanto que generan las condiciones para que, partiendo de esta tríada de novedosas propiedades, conciba modos de expresión inéditos y radicalmente originales (Salaverría, 2005a, p. 27).

1. Hipertextualidad.

El presente estudio entenderá por hipertextualidad “la capacidad para interconectar diversos textos digitales entre sí”; por su parte, concebirá al hipertexto como “el resultado de poner en práctica esa capacidad” (Salaverría, 2005a, p. 30). En este punto, debe indicarse que el concepto de *texto digital* hace referencia a un documento que resulta de la combinación de elementos textuales y/o otros componentes multimediales (Salaverría, 2005a, p. 30).

inmediatez, ubicuidad, memoria, personalización, creatividad, hipermedialidad y contextualización (Zamith, 2007, 2008, 2011).

Por otro lado, puede advertirse que, a la hora de establecer los rasgos definitorios del lenguaje periodístico en la web, todos los grupos incluyen tres: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad; estas tres propiedades configuran una especie de denominador común de los elementos propuestos por cada uno de los conjuntos analizados.

Una reconstrucción más amplia y detallada del debate que se ha trabado entre los especialistas en torno a este tema puede consultarse, por ejemplo, en: Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia. Propuesta de Modelo periodístico para la WWW*. s/d: LabCom, pp. 51 – 53; Diaz Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación*, 6, p. 57 - 58; Guallar, J., Rovira, C. y Ruiz, S. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El profesional de la información*, 19 (6), 620 – 621; Zamith, F. (Abril, 2008). *A methodological proposal to analyze the news websites use of potentialities of the Internet*. Trabajo presentado en el IX International Symposium on Online Journalism, organizado por la Universidad de Texas. Texas, Estados Unidos, pp. 1 – 2; Zamith, F. (2011). *A contextualização no ciberjornalismo* (Tesis doctoral), pp. 25 – 39.

Los componentes de un hipertexto son, en esencia, dos: por un lado, los nodos (también denominados lexías, textones o secciones (Codina, 2003), que configuran “las unidades de información” (Salaverría, 2005a, p. 30) o “bloques de contenido” (Larrondo y Díaz Noci, 2011, p. 184); y, por otro lado, los enlaces o hipervínculos a través de los que se interrelacionan los nodos (Salaverría, 2005a; Larrondo y Díaz Noci, 2011, p. 184).¹¹

La producción de un hipertexto, actividad que consiste en estructurar y organizar nodos o lexías, demanda dos aptitudes: una instrumental o tecnológica y otra lingüística. La primera hace referencia a la necesidad de contar con los conocimientos técnicos – informáticos indispensables para realizar esta tarea, es decir, manejar los lenguajes, programas y/o aplicaciones que posibilitan la creación de hipertextos. La segunda alude a la capacidad de producir y articular los nodos o lexías en un hipertexto de tal modo que los lectores pueden comprenderlo sin extraviarse ni desorientarse (Salaverría, 2005a, pp. 30 – 31).

En relación con este rasgo del lenguaje ciberperiodístico, el presente trabajo – para alcanzar los objetivos que se propuso – tendrá en cuenta las siguientes dimensiones que, dentro de su marco, distinguirá: por un lado, los enlaces y, por otro lado, las estructuras que, gracias a los hipervínculos, pueden asumir los hipertextos.

A. Enlaces: clasificación de sus diferentes expresiones.

En este caso, se partirá de la clasificación de las distintas manifestaciones de este aspecto de la hipertextualidad que ofrece Salaverría (2005) y, con el propósito de obtener resultados más ricos al evaluar las columnas de los cibermedios argentinos, se la completará, en los puntos que resulte posible, con las taxonomías propuestas por

¹¹ Al describir los elementos constitutivos de un hipertexto, Luís Codina (2003) agrega los anclajes a los nodos y a los hipervínculos. El autor español define a este componente como “...los puntos de inicio o los puntos de destino de un enlace” (Codina, 2003, p. 151).

Codina (2003), Diaz Noci (2004), Larrondo (2010) y Larrondo y Diaz Noci (2011), quienes, a su vez, retoman y precisan la construida por Codina.¹² Así, se considera que, partiendo y tomando como referencia los citados trabajos, resulta posible clasificar los hipervínculos según los siguientes criterios:

- a. Lógico:** en esta categoría, los hipervínculos se clasifican en dos grupos según el principio lógico al que obedecen o, lo que es lo mismo, la lógica que subyace a su existencia (Codina, 2003, p. 150).

 - i. Enlaces estructurales (Codina, 2003; Larrondo, 2010; Larrondo y Diaz Noci, 2011) o jerárquicos (Diaz Noci, 2004):* son aquellos que, siguiendo una sistemática lógica de creación de cohesión, buscan que se materialice la estructura del hipertexto del modo en que la concibe su creador; al lograrlo, dan vida a la *ruta de autor* (Codina, 2003, p. 150; Diaz Noci, 2004, p. 13; Larrondo, 2010, p. 167; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 187).
 - ii. Enlaces semánticos:* son los hipervínculos que, respetando una lógica de creación semántica, se plantean como propósito la creación – y, al mismo tiempo, la ampliación – de sentido y significado a través del establecimiento de relaciones fundadas en criterios discrecionales de semejanza o de relación elegidos por el autor (Codina, 2003, p. 150; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 187 – 188). Dentro de esta categoría resulta posible, a su vez, distinguir los siguientes subtipos:

¹² Cabe destacar que el propio Salaverría (2004b) , del mismo modo que Larrondo y Diaz Noci, elogian y adoptan, en una investigación conjunta que realizan, la taxonomía que, sobre este aspecto, propone Codina (2003). Véase: Salaverría, R., Cores, R., Diaz Noci, J., Meso, K., Larrondo, A. (2004b). Evaluación de los cybermedios en las comunidades vasca y navarra. *Comunicación y Sociedad, XVII* (1), 161 – 189.

- *Enlaces relacionados*: son aquellos que ofrecen la posibilidad de acceder a información relacionada con la que se está consultando y que, en el mismo cibermedio, se publicó el mismo día que ella (Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).
- *Enlaces cronológicos*: son los que brindan la posibilidad de consultar información relacionada con la que se está leyendo y que, en el mismo diario digital, se difundió en días precedentes (Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).
- *Enlaces de actualización*: son aquellos que posibilitan el acceso a contenidos periodísticos relacionados con el que se está abordando y que, en el mismo periódico digital, se publicaron con posterioridad a él (Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).
- *Enlaces documentales*: Son los que vinculan con documentos que permiten profundizar y/o respaldar la información que se brinda o la postura que se sostiene.¹³ Pueden ser de diferentes tipos: a. reportajes en profundidad, infografías animadas o galería de fotos, especiales multimedia que trasciendan la información del día (Rost, 2006, p. 296); b. documentos no elaborados periódicamente: proyectos de ley, leyes, resoluciones, decretos, denuncias, fallos judiciales, informes de organizaciones internacionales, etc. (Rost, 2006, p. 296; Larrondo, 2010, p. 167; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 181); c. otros sitios Web.

¹³ En relación con el hecho de que, a pesar de las similitudes que, a primera vista, puedan percibirse entre los enlaces documentales y los cronológicos, esté justificada su distinción, Rost (2006) sostiene: “A pesar de que los hipervínculos documentales y cronológicos tienen un efecto similar, pueden convivir perfectamente en un mismo medio debido a que ofrecen distintos caminos de acceso y también diferentes resultados” (p. 296).

- *Enlaces de definición:* son los que permiten al usuario obtener más información acerca del columnista o de personas, instituciones u organizaciones a las que se haga referencia en un determinado producto periodístico; estos hipervínculos pueden conducir a un nodo dentro del cibermedio o – y esto es más común en el caso de las personalidades y organizaciones – a un sitio externo al diario digital en el que, según sea el caso, se presenten perfiles, historiales de publicaciones y/o biografías (Salaverría, 2005, pp. 124 – 125).

- b. Exploración:** en este punto, resulta posible clasificar a los enlaces en dos grupos según el tipo de exploración que posibilitan.
 - i. *Enlaces incrustados o implícitos:* son aquellos que se ubican en el cuerpo del texto y posibilitan una navegación fundada en decisiones que, mientras se lee, se van tomando a medida que, dentro del texto, aparecen enlaces sobre los que se puede hacer clic (Codina, 2003, p. 151; Díaz Noci, 2004, p. 13; Larrondo, 2010, p. 167; Larrondo y Díaz Noci, 2011, p. 188). Este tipo de enlaces tienden a estar anclados en palabras u oraciones que forman parte del corpus de la información y, por lo tanto, son implícitos, es decir, el destino al que conducen se desprende del sentido de la palabra o de la frase en la que se asientan (Codina, 2003, p. 151; Díaz Noci, 2004, pp. 13 – 14).

 - ii. *Enlaces superpuestos (Codina, 2003; Larrondo Díaz y Díaz Noci, 2011) o en forma de lista o menú (Díaz Noci, 2004):* son los hipervínculos que se encuentran fuera del texto y proponen una exploración basada en decisiones que, a partir de la representación de los contenidos del hipertexto que posibilitan, se toman contando con una visión más amplia de su estructura global (Codina, 2003, p. 151; Díaz Noci, 2004, p. 13; Larrondo, 2010, p. 167; Larrondo y Díaz

Noci, 2011, p. 188). Este tipo de enlaces suelen presentarse como sumarios, índices, listas o menús por fuera del texto y, a su vez, tienden a ser explícitos, es decir, a mencionar el destino al que, de hacer clic sobre alguno de ellos, trasladarán al lector (Codina, 2003, p. 151; Diaz Noci, 2004, pp. 13 – 14).

c. Destino: en esta dimensión, los hipervínculos se dividen en tres grupos según la ubicación de los nodos a los que conduzca (Salaverría, 2005a, p. 128).

i. Enlaces internos: son los que se emplean para conectar nodos pertenecientes a un mismo cibermedio (Salaverría, 2005a, p. 128; Larrondo, 2010, pp. 166 – 167; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).

ii. Enlaces externos: son los hipervínculos que enlazan un nodo que pertenece a un cibermedio con otro ubicado fuera de él (Salaverría, 2005a, p. 129; Larrondo, 2010, pp. 166 – 167; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).

iii. Enlaces intrínsecos: son aquellos que sirven para conectar dos puntos dentro de un mismo nodo hipertextual (Salaverría, 2005a, p. 128; Larrondo, 2010, pp. 166 – 167; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).

d. Autor: en esta categoría, los enlaces pueden ser clasificados teniendo en cuenta quién los establece (Codina, 2003, p. 151).

i. Enlaces de autor: son los que crea el que concibe y construye el hipertexto (Codina, 2003, p. 151; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188)

ii. Enlaces de lector: son los hipervínculos que establece el lector; por ende, posibilitan que el usuario produzca sus propios itinerarios de lectura. Habitualmente, se los conoce como bookmarks (Codina, 2003, p. 151; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).

- e. Conmutación:* en este punto, resulta posible dividir a los enlaces en dos grupos según la manera en que, entre sí, conmutan los textones de inicio y de destino (Codina, 2003, p. 151).
- i. Enlaces de sustitución:* al activar este tipo de hipervínculos, el nodo de destino reemplaza al nodo del que se parte; así, el usuario se ve obligado a concentrar toda su atención en la última lexía (Codina, 2003, p. 151; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).
- ii. Enlaces de superposición:* al hacer clic sobre este tipo de enlaces, el nodo de destino se superpone, al aparecer en una ventana nueva, al nodo de partida, que no se cierra. En este caso, el lector puede consumir el contenido de ambas lexías y dividir su atención entre ellas (Codina, 2003; Larrondo y Diaz Noci, 2011, p. 188).

B. Estructura.

En relación con este segundo aspecto discernido dentro de la hipertextualidad, se tomará como punto de partida la clasificación de sus expresiones propuesta por Salaverría (2005a) y, también con el objetivo de enriquecer los resultados, se la complementará, en los puntos que resulte posible, con las taxonomías ofrecidas por el mismo autor y Diaz Noci (2003c), por Codina (2003), por Diaz Noci (2004) y por Larrondo y Diaz Noci (2011).

De este modo, es decir, tomando como referencia las aludidas investigaciones, se señala que las estructuras hipertextuales pueden dividirse en dos grandes grupos: las axiales o lineales y las reticulares o no lineales (Salaverría, 2005a, p. 102; Diaz Noci y Salaverría, 2003c).

- a. Estructuras hipertextuales axiales o lineales:** son aquellas que se caracterizan por articular el documento alrededor de un eje central (Salaverría, 2005a, p. 103). Estas, a su vez, pueden clasificarse en dos conjuntos:
- i. Estructuras axiales unilineales o consecutivas:* son las que sólo cuentan con un único eje central. Los textos en el periodismo impreso se construyen respetando este modelo, es decir, el de la estructura unilineal consecutiva (Salaverría, 2005a, p. 103; Díaz Noci y Salaverría, 2003c, p. 125; Díaz Noci, 2004, p. 14).
- ii. Estructuras axiales multilineales o no consecutivas:* son aquellas que cuentan con un único eje central, pero, al mismo tiempo, incorporan líneas paralelas o digresiones laterales (Salaverría, 2005a, p. 103). A su vez, resulta posible dividir este tipo de estructura en dos grupos:
- *Estructuras axiales multilineales o no consecutivas paralelas:* estas cuentan, por un lado, con un único textón de entrada y, por otro lado, con una – o más de una – ramificación que continúa linealmente; de tal modo, se ofrecen, luego – y a partir – del nodo inicial, varias líneas paralelas (Salaverría, 2005a, p. 103; Díaz Noci y Salaverría, 2003c, pp. 127 – 128).
 - *Estructuras axiales multilineales o no consecutivas arbóreas:* son las que, en su modo más típico, se caracterizan por contar, por un lado, con un único nodo de ingreso y, por otro lado, con una – o más de una ramificación – que, a su vez, vuelve a abrirse en una – o, nuevamente, más de una – ramificación (Salaverría, 2005a, p. 103; Díaz Noci y Salaverría, 2003c, pp. 129 – 130).
- b. Estructuras hipertextuales reticulares o no lineales:** son las que se caracterizan por la ausencia de un eje discursivo identificable (Salaverría, 2005a, p. 105;

Diaz Noci y Salaverría, 2003c, pp. 131 – 132). Tal como lo indica Salaverría, “son aquellas que se asemejan a una red, entretejida por un número indeterminado de enlaces” (Salaverría, 2005a, p. 105).

La elección de la estructura que regirá la arquitectura de un hipertexto está relacionada con el tipo de contenido que se busca volcar en él. Si se trata de contenidos narrativos – descriptivos, que, en gran medida, son de carácter lineal, será mejor que se apele a alguna de las estructuras axiales, ya sea la unilineal, la multilineal paralela o la multilineal arbórea (Salaverría, 2005a, p. 106; Diaz Noci y Salaverría, 2003c, pp. 132 – 133).

En contraposición, si se trabaja con datos o declaraciones, es decir, con contenidos expositivos – argumentativos, que, esencialmente, no cuentan con un eje narrativo, puede que resulte más apropiado optar por una estructura reticular. Si, como suele suceder habitualmente en el ejercicio cotidiano de la profesión periodística, se cuenta, al mismo tiempo, con contenidos narrativos – descriptivos y también con expositivos – argumentativos, se debe evaluar la posibilidad de combinar estructuras de tipo axial con otras de tipo reticular (Salaverría, 2005a, p. 106; Diaz Noci y Salaverría, 2003c, pp. 132 – 133).

2. Multimedialidad.

En el presente trabajo, se entenderá por multimedialidad “la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los siguientes tres elementos: texto, imagen y sonido” (Salaverría, 2005a, p. 32).¹⁴

Tal como puede observarse, la definición propuesta cuenta con dos grandes miembros: por un lado, los componentes (es decir, el texto, el audio y las imágenes) y, por otro lado, el requisito de que, para ser concebido como tal, la articulación de elementos que da vida a un contenido multimedia se realice con un soporte digital (Salaverría, 2005a, p. 33)

Si la definición sólo hiciera referencia a los citados elementos (texto, audio e imágenes), sólo la radio, en tanto sólo se expresa a través del sonido, podría ser entendida como no multimedia; tanto el diario como la televisión, en la medida en que articulan dos de los tres aludidos componentes, deberían ser considerados multimedia (Salaverría, 2005a, p. 33). Es, precisamente, por esta razón que adquiere pleno sentido el hecho de hacer alusión al soporte digital en la definición:

Así pues, la multimedialidad plena sólo es posible con ordenadores. La condición digital vuelve a ser un requisito imprescindible, tal y como ocurría con la hipertextualidad. En el caso de la multimedialidad, la digitalización posibilita la composición y posterior recepción consecutiva o sincrónica de los distintos elementos comunicativos. Es decir, en el origen, permite que el periodista combine textos, imágenes y sonidos en un

¹⁴ Salaverría (2001;2005) considera que, en el futuro y como resultado de ciertos avances tecnológicos y de su difusión, será posible ampliar la definición de multimedialidad; el autor estima que, dadas las condiciones indicadas, resultará posible comprender este rasgo del lenguaje periodístico en la web como “la capacidad de integrar en un solo mensaje por los menos dos elementos, cualesquiera, de los cinco sentidos – vista oído, tacto, olfato y gusto – con que los seres humanos percibimos la realidad” (Salaverría, 2005:32; Salaverría, 2001)

hipertexto; y en el destino, permite que el destinatario consuma esos elementos bien de manera sucesiva o, incluso, simultánea (Salaverría, 2005a, p. 33).

En vinculación con este rasgo del lenguaje ciberperiodístico, este trabajo – con el propósito de obtener las metas que se planteó alcanzar – tendrá en cuenta los siguientes aspectos que, dentro de su marco, discernirá: por un lado, los diversos tipos de elementos multimediales y, por otro lado, las distintas maneras que existen de articular tales dimensiones.

En el caso de los componentes de la multimedialidad, se tomará como punto de partida las reflexiones que, sobre sus distintas manifestaciones, realizó Salaverría (2001, 2005a) y, a su vez, se las enriquecerá con las propuestas por otros especialistas tales como Diaz Noci (2004), Canavilhas (2007) y Zamith (2007, 2008, 2011).

De esta manera, se considera que, tomando como referencia los citados trabajos, resulta posible sostener que, a la hora de producir un documento multimedia, se puede apelar a los siguientes componentes: texto, sonido, imagen (fija o en movimiento) e infografías (Salaverría, 2005a, pp. 32 – 33, 58; Diaz Noci, 2004, p. 16; Canavilhas, 2007, pp. 53 – 60; Zamith, 2008, p. 4).

Y, en relación con las formas en que los aludidos elementos multimediales pueden conjugarse en un documento, se tomará como referencia lo propuesto, sobre sus diversas expresiones, por Salaverría (2005). En tal sentido, puede establecerse, siguiendo al académico español, que, teniendo en cuenta la manera en que se combinan los elementos que le dan vida, pueden distinguirse dos tipos de multimedialidad.

La primera, la multimedialidad por yuxtaposición, es la que “presenta los elementos multimedia – textos, imágenes y/o sonidos – de manera disgregada”, es decir, esta multimedialidad, por la manera en que articula los citados componentes, carece de

unidad comunicativa (Salaverría, 2005a, p. 58). En estos casos, los hipervínculos a cada uno de los referidos elementos pueden estar presentes en una misma página web, sin embargo su consumo sólo puede realizarse de forma independiente y, en la mayoría de los casos, también consecutiva (Salaverría, 2005a, p. 58).

La segunda, la multimedialidad por integración, es "aquella que, además de reunir contenidos en dos o más soportes, posee unidad comunicativa. Es decir, se trata de aquella multimedialidad que no se limita a yuxtaponer contenidos textuales, icónicos y/o sonoros, sino que los articula en un discurso único y coherente" (Salaverría, 2005a, p. 59). En este caso, los usuarios consumen los componentes multimediales de modo conjunto y, al mismo tiempo, de manera simultánea.

3. Interactividad.

En este estudio, la interactividad será entendida como "la posibilidad de que el usuario interaccione con la información que le presenta el cibermedio"; en tal sentido, puede establecerse, asimismo, que el nivel de interactividad que alcance un medio estará determinado por la cantidad de modificaciones que, en él, pueda realizar un lector (Salaverría, 2005a, p. 34).

En relación con este aspecto del lenguaje periodístico en la web, esta investigación – para conseguir los propósitos que se planteó – tomará en consideración, en general, tres dimensiones que, dentro de su marco, distinguirá y, en particular, diferentes modos en que, cada una de las tres clases de interactividad, pueden manifestarse en el marco de los contenidos ciberperiodísticos.

En tal sentido, se considera que, en este punto, resulta oportuno realizar dos señalamientos en vinculación con los investigadores cuyas propuestas sobre, por un lado, las distintas categorías de interactividad y, por otro lado, los diversos modos en

que, cada una de ellas, pueden expresarse o encarnar en productos periodísticos de la web, adoptará el presente trabajo.

En primer lugar, se indica que, en relación con la citada tripartita taxonomía de interactividad, este trabajo asumió como marco de referencia las reflexiones que, al respecto, realizaron Salaverría (2005a), Larrondo (2009), Ayerdi Larrondo, Peña Fernández y Santamaría (2014) y, en menor medida, Deuze (2003).¹⁵

En segundo lugar, se señala que, en vinculación con las diferentes formas en que, cada una de las tres clases de interactividad, pueden manifestarse en los contenidos ciberperiodísticos, este estudio tomó como punto de partida las propuestas que, sobre este aspecto, realizaron, en particular, Salaverría (2005a), Meso Ayerdi, Larrondo Ureta, Peña Fernández, Santamarina Rivero (2014) y Barrios Puga (2013).

De tal modo, se señala que, tomando como referencia las investigaciones de los aludidos académicos, pueden presentarse, a continuación, las tres dimensiones de la interactividad y también sus respectivas manifestaciones, es decir, las diversas modalidades en que, cada clase de interactividad, puede llegar a manifestarse en los productos ciberperiodísticos publicados en los diarios digitales:

A. Interactividad de navegación o selectiva: es aquella que permite al lector interactuar con los contenidos que le ofrece el cibermedio, típicamente a través del hipertexto (Meso Ayerdi et ál., 2014, p. 6; Deuze, 2003, p. 214; Larrondo, 2009, p. 77; Salaverría, 2005a, p. 34).

¹⁵ Una minuciosa reconstrucción de los trabajos que, en el marco de los estudios sobre el ciberperiodismo, se han realizado, en particular, sobre la interactividad puede consultarse en: Diaz Noci, J. (2006). La interactividad y el periodismo online: una aproximación teórica a la cuestión. *Diálogos Possíveis*, 5 (2), 7 – 28.

Siguiendo a los referidos especialistas, se establece, a su vez, que este tipo de interactividad – que, según Salaverría (2005a, p. 34), representa “el grado más básico” de expresión de este elemento definatorio del lenguaje periodístico para la web – puede llegar a expresarse, dentro de determinados contenidos ciberperiodísticos, de las siguientes maneras: RSS,¹⁶ inclusión de enlaces, impresión, alerta informativa¹⁷ y modificación de la apariencia física; en relación con este último punto, se tendrá en cuenta, en particular, si se brinda al lector la posibilidad, por un lado, de modificar el tamaño y/o el color de la fuente y, por otro lado, de acceder a una versión del documento consultado que no tenga elementos audiovisuales, es decir, que sea *sólo texto* (Meso Ayerdi et ál., 2014, p. 7).

B. Interactividad comunicativa (Meso Ayerdi et ál., 2014) o **participativa** (Larrondo, 2009): es aquella que posibilita a los usuarios interactuar con otros usuarios o con los responsables del medio y de la generación de sus contenidos (Larrondo, 2009, p. 77; Meso Ayerdi et ál., 2014, p. 6; Salaverría, 2005a, p. 34). Tomando como referencia lo indicado por los aludidos académicos al respecto, se señala que esta clase de interactividad – que, desde la óptica de Salaverría (2005, p. 34), implica que se alcance un “grado mayor de riqueza y complejidad” en este aspecto del lenguaje periodístico en la web – puede llegar a manifestarse, en el marco de los productos periodísticos que dan vida a un cibermedio, de los siguientes modos: email del autor, redes sociales del autor, chat con el autor,

¹⁶ En particular, se hace referencia al hecho de que, en algún lugar del nodo/de los nodos en el/los que se presente la columna, se ofrezca la posibilidad de acceder al RSS de la sección *Opinión y/o*, en particular, al de un determinado columnista.

¹⁷ Específicamente, se alude al hecho de que, en algún lugar del nodo/de los nodos en el/los que se publique la opinión, se brinde la posibilidad de suscribirse a alertas informativas de la sección *Opinión y/o* de su autor.

blog del autor dentro del medio, compartir por correo y redes sociales, encuestas, calificación de la columna, comentarios, necesidad (o no) de registrarse para comentar, moderación de los comentarios y calificación de comentarios (Barrios Puga, 2013, pp. 273 – 276; Meso Ayerdi et ál., 2014, pp. 7 – 8).

C. Interactividad productiva: es la que torna posible que los usuarios integren al cibermedio los contenidos por ellos generados (Larrondo, 2009, p. 77; Meso Ayerdi et ál., 2014, p. 6).

Partiendo de lo establecido por los citados investigadores sobre la materia, se indica, a su vez, que esta especie de interactividad puede llegar a expresarse, en el seno de particulares contenidos ciberperiodísticos, de dos grandes formas.

Por un lado, indicando y/o promoviendo, en caso de que el cibermedios ofrezca esta posibilidad, que los lectores publiquen contenido (texto, imágenes o multimedia) relacionado, en este caso, con el tema tratado en cada columna.

Por otro lado, señalando y/o estimulando, también en el caso en que el cibermedio habilite esta posibilidad, que los usuarios utilicen, para expresarse sobre el tema que trate la columna, el blog de lectores (Barrios Puga, 2013:273 – 276; Ayerdi, Larrondo, Peña Fernández y Santamaría, 2014:8).

IV. Géneros periodísticos: la columna.

El presente trabajo – siguiendo la definición propuesta por Edo (2003a) que recuperan Salaverría y Cores (2005) – comprenderá a los géneros periodísticos como

modelos concretos de creación lingüística que permiten presentar de forma adecuada y comprensible la información, la interpretación y la opinión, en cualquiera de las

distintas variedades de medios de comunicación de masas, tanto escritos como audiovisuales o, en estos momentos, digitales (Edo, 2003a, pp. 56 – 57).

Los géneros periodísticos, tal como, en gran medida, se desprende de esta definición, tienen una doble función: por un lado, operan como modelos de enunciación para los periodistas y, por otro lado, como patrones de interpretación u horizontes de expectativas para los lectores (Diaz Noci y Salaverría, 2003b, p. 39; Salaverría, 2005a, p. 143; Salaverría y Cores, 2005, p. 146).

En relación con el redactor, puede indicarse que los géneros simplifican o allanan su labor en la medida en que le brindan patrones o formatos predefinidos para organizar, de una manera rápida y eficiente, la información con la que, en cada caso, trabajan (Diaz Noci y Salaverría, 2003b, p. 39; Salaverría, 2005a, p. 143; Salaverría y Cores, 2005, p. 146).

En vinculación con los usuarios, resulta posible indicar que los géneros les ofrecen formatos de textos identificables que favorecen la interpretación; es decir, el hecho de que el lector reconozca los rasgos propios de cada género permite que aborde los distintos modelos textuales que, por ejemplo, configuran un diario con diferentes horizontes de expectativas que, a su vez, resultan fundamentales para una adecuada interpretación de los mismos (Diaz Noci y Salaverría, 2003b, p. 39; Salaverría, 2005a, p. 143; Salaverría y Cores, 2005, p. 146).

Teniendo en cuenta las funciones que cumplen, se afirma que, en los cibermedios, los géneros periodísticos siguen resultando indispensables (Diaz Noci y Salaverría, 2003b, p. 39; Salaverría y Cores, 2005, p. 146). Su desarrollo en estos nuevos medios ha seguido, desde el punto de vista formal, un patrón similar al que caracterizó su

desenvolvimiento en, por ejemplo, la radio o la televisión; en relación con este proceso, pueden distinguirse, desde la perspectiva de Salaverría y Cores (2005), cuatro etapas.

La primera etapa, la de *repetición*, se caracteriza por la reproducción de los géneros desarrollados en el seno de los medios que lo precedieron y, en particular, en el periodismo escrito (Salaverría, 2005a, p. 141; Salaverría y Cores, 2005, pp. 148 – 149).

La segunda fase, la de *enriquecimiento*, se da cuando, sin que se altere el formato que tenían en los medios impresos o audiovisuales, los géneros tradicionales incorporan rasgos propios del lenguaje periodístico en la web, es decir, hipertextualidad, multimedialidad y/o interactividad; un ejemplo de lo indicado podría ser una noticia que reproduce el modelo textual propio del papel, pero, a su vez, incluye un hipervínculo a un video y también posibilita que los usuarios brinden su opinión sobre lo informado (Salaverría, 2005a, p. 141; Salaverría y Cores, 2005, pp. 148 – 149).

La tercera etapa, la de *renovación*, tiene lugar cuando, a partir de los elementos constitutivos del lenguaje del ciberperiodismo, es decir, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, opera una profunda reestructuración o renovación de los géneros clásicos. Según Salaverría y Cores (2005, p. 149), la infografía multimedia es un ejemplo típico de este proceso ya que, si bien conserva cierta semejanza con la propia de la prensa escrita, se transformó en un nuevo género al integrar componentes hipertextuales, multimediales e interactivos (Salaverría y Cores, 2005, p. 149).

La cuarta fase, la de *innovación*, se alcanza cuando se crean géneros periodísticos propios de los cibermedios, es decir, géneros que no parten de modelos preexistentes en medios impresos o audiovisuales; una de las expresiones de esta fase es, según Salaverría y Cores (2005), el weblog (Salaverría y Cores, 2005, p. 149).

En la actualidad, las diferentes etapas de desarrollo de los géneros ciberperiodísticos conviven en los medios web. En algunos, predominan los géneros repetidos o enriquecidos. En otros, priman los renovados o nuevos. Y, a su vez, están aquellos – la mayoría – en los que coexisten la reproducción y el enriquecimiento con la reconfiguración y la innovación (Salaverría y Cores, 2005, p. 149).

Díaz Noci y Salaverría (2003b), Salaverría (2005a) y Salaverría y Cores (2005) consideran que los géneros ciberperiodísticos pueden clasificarse en cuatro grandes grupos: informativos, interpretativos, dialógicos y argumentativos (Díaz Noci y Salaverría, 2003b, pp. 39 – 41; Salaverría y Cores, 2005, p. 150; Salaverría, 2005a; cfr. Díaz Noci, 2004; Díaz Noci, 2008; Larrondo Ureta, 2010). En lo que sigue, la atención se centrará en este último género ya que, en su seno, se encuentra la columna, es decir, el formato textual en el que se centra la atención del presente estudio.

Para establecer lo que, en este trabajo, se entenderá por géneros argumentativos, se seguirá la lógica expositiva que, en relación con este tema, proponen Canovas (2003) y Salaverría (2005a) y Salaverría y Cores (2005); en tal sentido, se indica que, según tales autores, la caracterización del citado género se realiza a través de una operación que consta de dos momentos: en el primero, se establece lo que, en general, se entiende por argumentar y, en el segundo, se señala cómo tal acción se manifiesta, en particular, en el ámbito del periodismo (Canovas, 2003, pp. 526 – 527; Salaverría y Cores, 2005, p. 176).

En tal sentido, puede señalarse, en primer lugar, que, en términos generales, argumentar significa, según Canovas (2003), “razonar algo para probar o demostrar una opinión o idea o bien para convencer a alguien de que aquello que se afirma o se niega tiene justificación por un conjunto de razones” (Canovas, 2003, p. 526); en un sentido

análogo, Salaverría y Cores (2005) lo definen, siguiendo a Plantin (1998), como "la acción de dirigir a un interlocutor un argumento, es decir, una buena razón para hacerle admitir una conclusión e incitarlo a adoptar los comportamientos adecuados" (Plantín, 1998, p. 39; Salaverría y Cores, 2005, p. 176).

En segundo lugar, resulta posible indicar que, dentro del periodismo, un producto argumentativo es aquél en el que un autor, que, en general, es identificable, sostiene una tesis o idea sobre un determinado tema, brinda motivos y razones que justifican tal posición y, al hacerlo, busca persuadir o convencer al lector de que su postura es la que, sobre tal materia, debe asumirse (Canovas, 2003, p. 526; Salaverría y Cores, 2005, p. 176).

En definitiva, un texto de este tipo debe estar compuesto por, al menos, los siguientes tres componentes: un tema sobre el que se escribe o habla, una tesis o posición sobre tal materia que es defendida a lo largo de la exposición y las explicaciones o argumentos que respaldan la posición asumida (Canovas, 2003, p. 527; Salaverría y Cores, 2005, p. 176).

En particular, el género argumentativo ha encarnado, dentro del periodismo, en las editoriales, las columnas u opiniones, la crítica o reseña y las cartas al director o, en el caso de los medios audiovisuales, la intervención de oyentes o televidentes (Canovas, 2003, p. 526; Salaverría, 2005a, p. 164; Salaverría y Cores, 2005, p. 176).

Antes de concluir este apartado y, con él, esta sección, se considera apropiado detenerse a señalar, de manera sucinta, algunas reflexiones que, sobre la presencia de los componentes definitorios del lenguaje ciberperiodístico en las columnas, se realizaron en los trabajos que, de alguna manera, se ocuparon trabajar tal tema.

En tal sentido, se estima que, antes de realizar lo indicado, resulta apropiado recordar que, en el seno de los estudios que evaluaron la utilización de los rasgos del lenguaje periodístico en Internet en los contenidos de los cibermedios, los trabajos que, de alguna manera, enfocaron su atención en los géneros argumentativos (y, en particular, en las columnas) tendieron a ser la excepción más que la norma; asimismo, se indica, a su vez, que, a la hora de conseguir los objetivos que se planteaban, tales investigaciones no tendieron a analizar los géneros argumentativos (y, mucho menos, la opinión) de una manera exclusiva, detallada y minuciosa, ni mostraron inclinación por distinguir entre los diferentes subtipos de este género ni tampoco fueron proclives a incluir en sus muestras contenidos de este tipo publicados en diarios digitales argentinos.

En relación con las opinión, es decir, el producto periodístico en el que se concentra el interés de este trabajo, puede sostenerse que, según los especialistas, este formato textual – del mismo que la mayoría de los que también encarnan expresiones del género argumentativo – son, entre aquellos que los cibermedios tomaron de los medios que los precedieron, los que menos aprovecharon los rasgos propios del lenguaje periodístico en la web (Salaverría, 2005:164; Salaverría y Cores, 2005, pp. 176 – 177; Fondevila Gascón, 2012a, p. 32).

Las columnas – igual que la editorial – han reproducido, en la red, los rasgos formales que las caracterizaban en los medios tradicionales y, en particular, en la prensa escrita. En tal sentido, resulta posible, para precisar y enriquecer lo afirmado, establecer dos consideraciones (Salaverría, 2005, p. 164; Salaverría y Cores, 2005, p. 177)

En primer lugar, puede afirmarse que este tipo de formatos textuales desaprovechan casi por completo las posibilidades hipertextuales y multimediales que ofrece el nuevo soporte. En vinculación con la multimedialidad, se indica que, según los investigadores,

resulta complicado encontrar casos en los que las opiniones incorporen este recurso (Salaverría, 2005, p. 164; Salaverría y Cores, 2005, p. 177; Larrondo Ureta, 2009, pp. 255 – 256; Fondevila Gascón, 2009:12; Fondevila Gascón, 2012a, p. 32).

En tal sentido, Salaverría (2005a) sostiene que sería interesante que este tipo de textos argumentativos explotaran más este componente, pero, al mismo tiempo, reconoce que resulta comprensible que no lo hagan en la medida en que “la argumentación es una actividad estrechamente vinculada al discurso lingüístico” o, dicho de otro modo, “les basta con la palabra para exponer y justificar sus argumentos” (Salaverría, 2005a, p. 164; Salaverría y Cores, 2005, p. 177).

En relación con la hipertextualidad, se observan, según lo establecido por los especialistas, varios síntomas de lo poco que este tipo de productos periodísticos explotan este recurso: por un lado, tienden a presentarse en estructuras hipertextuales simples (en general, en sólo un nodo y sin ninguna clase de fragmentación hipertextual); y, por otro lado, no suelen incluir – y esto, sin duda, configuraría un recurso muy válido para este tipo de formatos – hipervínculos que conduzcan a otros artículos del medio o bien a fuentes externas que sirvan para respaldar lo que se está afirmando (Salaverría, 2005a, p. 164; Salaverría y Cores, 2005, p. 177; Larrondo Ureta, 2009, p. 255; Fondevila Gascón, 2009:12; Fondevila Gascón, 2012a, p. 32).

En segundo lugar, resulta posible establecer, siguiendo lo concluido por las investigaciones que, de algún modo, se ocuparon del tema, que este subtipo del género argumentativo sí integró, hasta cierto punto, elementos interactivos; algunos ejemplos paradigmáticos de este fenómeno son la inclusión de correo electrónico del autor, la incorporación de la sección de comentarios para los usuarios y también la integración de íconos que permiten a los lectores compartir los artículos a través de las redes sociales y

los servicios de mensajería instantánea (Canovas, 2003, pp. 537 – 545; Salaverría, 2005a, pp. 164 – 165; Salaverría y Cores, 2005, p. 177; Larrondo Ureta, 2009, pp. 255 – 256; Fondevila Gascón, 2009:12; Fondevila Gascón, 2012a, p. 32).

De todos modos, el hecho de afirmar que las opiniones han ido incorporando elementos interactivos – fenómeno que se acentúa ante el notable desaprovechamiento que hacen de la hipertextualidad y de la multimedialidad – no supone que deje de afirmarse que aún están lejos de explotar plenamente este recurso del lenguaje ciberperiodístico (Salaverría, 2005a, p. 164; Salaverría y Cores, 2005, pp. 176 – 177).

En definitiva, los resultados que alcance el presente trabajo servirán para comenzar a dilucidar si, en el caso de las columnas de los cybermedios argentinos, se reproducen las conclusiones que los investigadores que, con las restricciones o limitaciones indicadas previamente, se detuvieron a evaluar la presencia de los elementos definitorios del lenguaje ciberperiodístico en las opiniones publicadas, en mayor medida, en periódicos digitales de otras zonas (en especial, Estados Unidos y países de Europa Occidental).

San Andrés

SEGUNDA SECCIÓN: LA METODOLOGÍA.

En este apartado, se especificarán los diferentes aspectos metodológicos de la presente investigación. En tal sentido, se considera que, antes de embarcarse en dicha labor, resulta adecuado realizar dos consideraciones en relación con la literatura que se tomó como marco de referencia para la confección de la presente sección.

Por un lado, se indica que, para todos los aspectos, resultaron fundamentales la 4ta y también la 5ta edición del libro *Metodología de la Investigación* de Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2006, 2010). Por otro lado, se señala que, en ciertos puntos, tales obras se complementaron con reflexiones metodológicas vertidas en trabajos específicos de la disciplina; en particular, fueron importantes los de Palacio y Díaz Noci (2009) y Barrio Puga (2013).

Marcado lo anterior, se procederá, a partir de ahora, a explicitar los principales rasgos metodológicos de la presente investigación. En primer lugar, se indica que este trabajo asumirá un enfoque cuantitativo; se estima que, en relación con este aspecto, pueden hacerse una serie de indicaciones.

Primero, se considera pertinente comenzar señalando qué se entiende por investigación antes de involucrarse en la caracterización de los dos grandes enfoques que, para llevarla adelante, pueden asumirse. En tal sentido, se establece que, según Hernández Sampieri et ál. (2010), una investigación es "un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno" (Hernández Sampieri et ál., 2010, p. 4,20).

Segundo, se indica, también siguiendo a los referidos especialistas, que, durante el siglo pasado, se definieron dos perspectivas que, a la hora de realizar una investigación,

podían adoptarse: la cuantitativa y la cualitativa (Hernández Sampieri et ál., 2010, p. 20; Hernández Sampieri et ál., 2006, p. 27).

Trabajando con una primera y general caracterización de ambos enfoques, puede señalarse que el cuantitativo se caracteriza por “usa(r) la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” mientras que el cualitativo por “utiliza(r) la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri et ál., 2006, p. 5, p. 8; Hernández Sampieri et ál., 2010, p. 4, p. 7).¹⁸

Si se tienen en cuenta tales definiciones generales de las respectivas perspectivas de investigación, puede señalarse que, por su arquitectura, por los interrogantes que se plantea y también por los propósitos que persigue, la presente investigación asume una perspectiva cuantitativa.

En segundo lugar, se señala que este trabajo se caracterizará por tener un alcance exploratorio y descriptivo; en relación con esto, se harán dos precisiones. Primero, se señala que, según los citados autores, las investigaciones de alcance exploratorio son aquellas que:

...se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Hernández Sampieri et ál., 2010, p. 79).

¹⁸ Puede consultarse una caracterización más detallada del enfoque cuantitativo en: Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación (5ta edición)*. México D. F., México: McGrawHill, pp. 4 – 7 y 4 – 20)

Así, teniendo en cuenta tal definición, puede afirmarse que el presente trabajo tiene un alcance exploratorio porque, inicialmente, busca analizar si puede verificarse la presencia de alguna/s expresión/es de las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad en las columnas de los cibermedios argentinos, es decir, se propone alcanzar el citado objetivo: a. enfocando su interés en un objeto, las columnas, que, en la literatura de referencia, despertó poco interés (en relación con los estudios, que dentro de tal literatura, sí enfocaron, de algún modo, su atención en él, se indica que no tendieron a examinarlo de manera exclusiva, profunda y detallada ni a distinguir, a la hora de analizarlo, sus diferentes subtipos); b. abordando el citado objeto, las opiniones, en un espacio, los diarios digitales del país, en el que, todavía, no ha sido estudiado.

Segundo, se indica que, desde la óptica de estos académicos, los estudios de alcance descriptivo son aquellos que:

...buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández Sampieri et ál., 2010, p. 80).

De tal modo, al partir de tal definición, se comprende que esta investigación también tenga un alcance descriptivo en la medida en que – de determinarse la presencia de alguna/s manifestación/es de las dimensiones discernidas dentro de la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad en las columnas publicadas por los cibermedios argentinos – se propone, a su vez, establecer cuántas y cuáles de las citadas expresiones están presentes o utilizan las opiniones de los periódicos digitales nacionales; y, al

mismo tiempo, intentará, con los datos recopilados, establecer comparaciones entre lo observado en las columnas de los distintos cybermedios.¹⁹

En tercer lugar, se establece que el presente estudio asumirá un diseño no experimental transaccional o transversal; en vinculación con esto, se estima apropiado realizar una serie de consideraciones. Primero, se señala que la presente investigación tiene un carácter no experimental en la medida en que, tal como lo establecen Hernández Sampieri et ál (2010), “se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes”, es decir, “se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que ya ocurrieron o se dieron sin la intervención directa del investigador” (p. 165).

Segundo, se indica, a su vez, que este estudio es transeccional o transversal en tanto que, de acuerdo a lo señalado por Hernández Sampieri et ál. (2010), realiza “observaciones en un momento único en el tiempo” (p. 165).²⁰

¹⁹ En este punto, se considera apropiado especificar que el alcance descriptivo de esta investigación abarca y habilita la consecución de los objetivos específicos de carácter comparativo que también se plantea el presente trabajo. En tal sentido, Hernández Sampieri et ál. (2010) señalan, al reflexionar sobre los diseños de investigación transeccionales o transversales descriptivos, es decir, del tipo que, tal como se verá, asume esta investigación, que “En ciertas ocasiones, el investigador pretende realizar descripciones comparativas entre grupos o subgrupos de personas u otros seres vivos, objetos, comunidades o indicadores (esto es, en más de un grupo). Por ejemplo, un investigador que deseara describir el nivel de empleo en tres ciudades (Valencia, Caracas y Trujillo, en Venezuela)” (p. 153). En un sentido análogo, se expresan Palacio y Diaz Noci (2009) cuando, al meditar sobre los métodos descriptivos utilizados por los trabajos que se plantean objetivos similares a lo que busca este, sostienen “Las descripciones se pueden centrar en el estudio de un caso concreto o en una selección de varios medios, lo que permitiría trazar una comparativa, como ha ocurrido con el influjo de los blogs en los rediseños de los cybermedios, o comparando la presentación de medios impresos con medios virtuales. También se puede aplicar otro submétodo, como es el cronológico – secuencial, que permitiría el análisis de la evolución formal del medio desde una perspectiva temporal” (p. 56).

²⁰ En particular, se señala que, en concordancia con su alcance, el trabajo será, en particular, transeccional o transversal exploratorio ya que “recolecta(n) datos sobre una nueva área sin ideas prefijadas y con

En cuarto lugar, se considera apropiado realizar una serie de precisiones relativas al corpus con el que se trabajará en esta investigación. Primero, se indica que el primer desafío consistió en determinar el universo de los cibermedios cuyas columnas se analizarían.

En relación con esto, se tomaron una serie de determinaciones. En un primer momento, resulta apropiado señalar que se decidió enfocar la atención en cibermedios nacionales que eran la representación en la web de medios tradicionales (y, en particular, de diarios impresos) y también en aquellos que eran nativos digitales, es decir, que sólo fueron desarrollados para la web (Cebrían Herreros, 2009, p. 16; López García, 2005b, pp. 176 – 182; Salaverría, 2006, p. 30; Salaverría y Negredo Bruna, 2013).

Tal decisión se tomó porque, al hacerlo, también se habilitaba la posibilidad de realizar una comparación que, teniendo en cuenta la cantidad y el tipo de expresiones de los aspectos distinguidos dentro de los rasgos del lenguaje ciberperiodístico, abarcara las columnas de los cibermedios con referentes impresos y también la de los periódicos digitales desarrollados exclusivamente para la web; en tal sentido, se precisa, asimismo, que el hecho de haber tomado esta determinación no supone, de ningún modo, que se desconozca que, tal como lo sostiene Barrios Puga (2013), las versiones digitales de los diarios que circulan en papel pueden, en relación con los cibermedios nativos digitales, tener más peso en la conformación de la opinión pública, más estabilidad en relación con su período de vida y, en términos generales, mayores niveles de audiencia (Barrios Puga, 2013, p. 28).

apertura”; y también descriptivo ya que “recolecta(n) datos sobre cada una de las categorías, conceptos, variables, contextos, comunidades o fenómenos, y reportan lo que arrojan esos datos” (Hernández Sampieri et ál., 2010, p. 165)

En un segundo momento, puede indicarse que, a su vez, se tomaron dos determinaciones adicionales en relación con los cibermedios que se analizaría. Por un lado, se decidió tener en cuenta los diarios digitales que se caracterizaran por: a. ser de información general;²¹ b. ser de contenido nacional;²² c. ser de actualización diaria (como mínimo); d. posibilitar el acceso gratuito a sus contenidos; e. contar con una sección o apartado de columnas u opiniones. Por otro lado, se tomó la decisión de seleccionar, entre los que conformaran tal grupo, los dos ciberperiódicos con referentes impresos y los dos cibermedios nativos digitales más populares.

Una vez establecidas las citadas precisiones, se emprendió una búsqueda en Internet y en la bibliografía de referencia tendiente a hallar listados o rankings con los que, teniendo en cuenta los criterios indicados, se pudieran determinar o definir los cuatro cibermedios en los que se enfocaría la atención de este trabajo. En tal sentido, se indica que resultó posible encontrar algunos listados que sólo presentaban cibermedios

²¹ Siguiendo a López et ál. (2005), se entiende por cibermedio de información general o generalista a "aquel emisor de contenidos referentes a las diversas áreas del saber humano que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo, hipertextual, se actualiza y se publica en la red internet" (López et ál., 2005:62). A su vez, los autores precisan, siguiendo a Coca y Peñalva (1998, p. 65), que los cibermedios de información general reúnen las siguientes características: a. atención a todos los campos del saber; b. lenguaje convencional o accesible para la mayoría; c. orientado al público masivo; y d. difusión a través de canales convencionales (López et ál., 2005, p. 61; Meso Ayerdi, 2008, p. 54).

²² También siguiendo a López et ál. (2005), se entenderá por cibermedios de carácter nacional a aquellos en los que "la intencionalidad y los contenidos se refieren al ámbito nacional" (López et ál., 2005, p. 63) En relación con este tema, puede indicarse que, hasta la emergencia de los cibermedios, se utilizaban, para distinguir geográficamente a los medios, dos criterios: por un lado, el ámbito de los contenidos y, por otro lado, el de su difusión (López et ál., 2005, p. 63; Meso Ayerdi, 2008, pp. 54 – 55). En el caso de los cibermedios, su clasificación geográfica sólo se hace atendiendo al primero de los criterios (ámbito de contenidos) en la medida en que Internet – soporte sobre el que funcionan – vacía de sentido al segundo (ámbito de difusión) en tanto que posibilita que todos sean consultados en cualquier sitio del mundo (López et ál., 2005, p. 63; Meso Ayerdi, 2008, pp. 54 - 55).

argentinos y otros que, además, los jerarquizaban teniendo en cuenta algún indicador que reflejara su popularidad.²³

Se señala, a su vez, que, entre tales listados, se decidió – en la medida en que el criterio con el que los ordenaban era relevante para la selección de diarios digitales que, en esta investigación, se haría – concentrarse en los últimos, es decir, en aquellos que presentaban a los cybermedios tomando en consideración algún indicador que expresara su popularidad.

Asimismo, se apunta que, entre ellos, se decidió tomar el ranking de Comscore como referencias en vez del de Alexa porque, por un lado, se advirtió que, a la hora de confeccionarlo, abarcaba o tenía en cuenta más cybermedios; y, por otro lado, debido a que se observó que brindaba más información sobre el criterio con el que, en su seno, los jerarquizaba.

Al respecto de este último punto, se establecerán dos precisiones. Por un lado, se apunta que Comscore ordena los periódicos digitales teniendo en cuenta el número de visitantes únicos y, a su vez, se indica que explicita la cantidad de tal indicador que alcanzó cada uno de los cyberdiarios incluidos en su ranking. Por otro lado, se señala que Alexa los jerarquiza tomando en consideración un indicador – que resulta de tener en cuenta tanto el promedio de visitantes diarios como el de vistas de página del sitio que realizaron los usuarios del país en el último mes – y, al mismo tiempo, se apunta que no comunica – por lo menos, no fue posible encontrarlo en su versión gratuita – la cantidad de tal indicador que cada diario digital incluido en su lista obtuvo, ni los datos

²³ Entre los listados que no ordenaban los cybermedios respetando el criterio que interesaba al presente trabajo, pueden consultarse, por ejemplo, los disponibles los siguientes sitios web: a. <http://www.argentina.gob.ar/pais/97-principales-diarios.php>; b. <http://www.prensaescrita.com/america/buenosairescf.php>

correspondientes a las dimensiones a partir de las que se consigue tal número ni el específico modo en que los combina para hacerlo

En esta instancia, se considera adecuado establecer una serie de precisiones en relación con el listado de Comscore con el que se operó. Por un lado, se señala que se trabajó con una versión reducida de este ranking (en particular, con uno que presentaba sólo los cybermedios que se ubicaban en los primeros veinte lugares); en relación con esto, se señala, a su vez, que el hecho de no haber accedido al listado completo no supone ningún obstáculo para el presente trabajo ya que, tal como se indicara, su atención sólo se enfocará en los que se ubicaron en el tope de ranking.²⁴ Por otro lado, se indica que el referido listado es el correspondiente al mes de diciembre del año 2014.

Una vez se tomó la decisión de partir del ranking de Comscore, se realizaron, con tal listado, dos procedimientos para definir los cuatro cybermedios cuyas columnas se analizarían en esta investigación. Primero, se extrajeron del mismo todos los cybermedios que reunían las cinco características indicadas previamente. Segundo, se eligieron, entre los diarios digitales preseleccionados, los dos con referentes impresos mejor ubicados y también los dos pure players mejor posicionados: *Clarín.com* y *Lanación.com*, entre aquellos que cuentan con una versión en papel, e *Infobae.com* y *Diario registrado.com*, entre los que sólo funcionan en la web.²⁵

Segundo, se considera adecuado establecer, en relación con las columnas en las que se enfocaría la atención, que se decidió incluir todas las publicadas en cada uno de los cybermedios elegidos durante un período de dos semana, es decir, aquellas que fueron subidas a los respectivos sitios entre el 30/1/2015 y el 12/2/2015. Con tales criterios,

²⁴ Se incluye en el Anexo.

²⁵ En adelante, se utilizará C para referirse a *Clarín.com*, LN para hacer alusión a *Lanación.com*, I cuando se hable de *Infobae.com* y DR para hacer referencia a *Diario registrado.com*.

quedó conformado un corpus de 272 columnas de opinión: 74 de C, 95 de LN, 90 de I y 13 de DR.

En relación con las columnas, se estima apropiado, en este punto, indicar cómo se las obtuvo en cada caso. En *Clarín.com*, las columnas se extrajeron de la portada del cibermedio – en particular, de *Opinión* – y también de la sección *Opinión*. En *Lanacion.com*, las opiniones se tomaron de la página principal del periódico digital – específicamente, de *Análisis y Miradas* – y también de la sección *Opinión*. En *Infobae.com*, las columnas se extrajeron de la portada del cibermedio – en particular, de *Opinión* – y también de la sección *Opinión*. En *Diarioregistrado.com*, las opiniones se tomaron de la página principal del diario digital – específicamente, de *Columnistas* – y también de la sección *Columnistas*.

En quinto lugar, resulta pertinente establecer una serie de consideraciones acerca de la recolección de datos. Primero, en vinculación con el instrumento para realizar esta tarea, es decir, la matriz o ficha para analizar si están presentes – y, de hacerlo, también para determinar en qué cantidad y cuáles son las que, en cada caso, se usan – las manifestaciones de las dimensiones distinguidas dentro de cada rasgo del lenguaje ciberperiodísticos en las columnas publicadas en los diarios digitales argentinos, se señala que, para construirla, se decidió consultar – y, a la vez tomar como referencia – trabajos académicos que se habían planteado propósitos similares, pero que, al mismo tiempo, se habían centrado en otros géneros y también en cibermedios de otros países.

En este punto, resultaron fundamentales la obra *Ciberperiodismo: métodos de investigación, una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada* de Palacios y Diaz Noci (2009) – en particular, el capítulo *Metodologías de investigación en diseño*

periodístico en Internet – y la tesis doctoral de Arturo Barrios Puga (2013) que, en este aspecto, también se declara tributaria de la obra citada previamente.

Tomando como referencia las fichas propuestas de tales autores en sus respectivos trabajos, se construyó – adaptándolas según los objetivos específicos que, aquí, se persiguen – la propia; en ella se integraron los componentes que se estimaron más relevantes a observar a la hora de determinar la presencia y utilización que, de ellos, hacen las columnas publicadas en los citados periódicos digitales argentinos.

Así, el cuerpo de la ficha quedó dividido en dos grandes columnas. En relación con la primera, la de la izquierda, se señala que, teniendo en cuenta los tres *rasgos del lenguaje ciberperiodístico* que concentran la atención de este trabajo, se dividió en las siguientes partes:

1. Hipertextualidad.
2. Multimedialidad.
3. Interactividad.

Asimismo, se distinguieron, dentro de cada uno de tales rasgos del lenguaje periodístico en Internet, distintas dimensiones y, dentro de cada una de ellas, se discernieron sus diferentes expresiones, es decir, aquellas que, en las columnas de cada uno de los cibermedios seleccionados, se tratarán de observar con el propósito de identificar, con un nivel de mayor de detalle, la presencia y uso de los citados tres grandes rasgos.

A su vez, debe señalarse, por un lado, que, en cada una de las aludidas manifestaciones, se establecieron alternativas binarias, dicotómicas, excluyentes y cerradas; y, por otro lado, que, en términos de la codificación que posibilitará el análisis posterior, se otorgó, en todos los casos, el valor 1 a la opción *Si/presencia* y el valor 0 a la alternativa *No/ausencia*.

En relación con la segunda columna, la de la derecha, se indica que, en ella, se incluyeron, de modo sucesivo y representadas por un número que, a cada una, se le asignó, las *columnas* de cada cibermedio al que, en cada caso, se le estuviera administrando la matriz.²⁶ Así, la ficha de observación quedó confeccionada de la siguiente manera:

Cabeza de la ficha				
Nombre del cibermedio:				
Cuerpo de la ficha				
Rasgos del lenguaje ciberperiodístico			Columnas	
I. Hipertextualidad	1	2	n	
1. Enlaces				
Según principio lógico	Estructurales, jerárquicos o narrativos			
	Semánticos o documentales	Relacionados		
		Cronológicos		
		Actualización		
		Documentales		
Definición				
Según exploración	Incrustados o implícitos			
	Superpuestos o en forma de lista o menú			
Según destino	Internos			
	Externos			

²⁶ Se indica que, en el anexo, se integrará, al presentar cada una de las fichas correspondientes al análisis de las columnas de los cuatro diarios digitales seleccionados, un listado en el que se indicará, con el URL, qué opinión corresponde a cada uno de los números incluidos en las columnas de la derecha, es decir, de *Columnas*.

	Intrínsecos			
Según autor	De autor			
	De lector			
Según conmutación	De sustitución			
	De superposición			
2. Estructura				
Axiales o lineales	Unilineales o consecutivas			
	Multilineales o no consecutivas	Paralelas		
		Arbóreas		
Reticulares				
II. Multimedialidad				
1. Componente utilizado				
Texto				
Sonido				
Imagen	Fija			
	Movimiento o video			
Infografía				
2. Modo de articulación				
Yuxtaposición				
Integración				
III. Interactividad				
1. Interactividad de navegación o selectiva				
RSS	Sección			

	Autor			
Enlaces				
Impresión				
Alerta informativa	Sección			
	Autor			
Modificación de apariencia física	Modificar el tamaño de la fuente			
	Modificar el color de la fuente			
	Versión "solo texto"			
2. Interactividad comunicativa o participativa				
Email del autor				
Redes sociales del autor				
Chat con el autor				
Blog del autor dentro del medio				
Compartir	Por correo			
	Por redes sociales			
Encuestas				
Calificación de la columna				
Comentarios				
Necesidad de registrarse para comentar				
Moderación de comentarios				
Calificación de comentarios				
3. Interactividad productiva				
Publicación de contenidos generados por los usuarios	Texto			
	Imágenes			

	Multimedia			
Blog de lectores				

Segundo, en relación con la técnica para recolectar los datos, se indica que, esta labor, se realizó a través de la observación (Hernández Sampieri et ál., 2006, pp. 374 – 384). En tal sentido, se precisa que, en particular, este procedimiento consistió en consultar – y esto fue posible gracias a que todos los cibermedios seleccionados almacenan los contenidos que publican y, a la vez, permiten consultarlos on line en cualquier momento – las columnas de los diarios digitales seleccionados y verificar, en cada una de ellas, la existencia o presencia de los elementos de la ficha.

Tercero, se harán una serie de precisiones que enmarcarán la recolección de datos correspondiente, en particular, a los ítems listados en el marco de la dimensión *enlaces* del elemento *hipertextualidad* que se realizará en este trabajo.

Uno, se establecerán algunas consideraciones relativas a los enlaces semánticos que se tomarán en consideración. Por un lado, se indica que, en el nodo que se presenta la columna, sólo se tendrán en cuenta aquellos que no se actualicen; tal decisión deriva de que la observación se realizó luego de concluido el período de recolección de opiniones.

En vinculación con esto, se establece que, en el sentido de su renovación o variación, sólo tienden a resultar problemáticos los enlaces semánticos que se presentan superpuestos o explícitos y que no lo hacen en forma de tags sino en el marco de bloques listados bajo títulos tales como *Lo último*, *Notas relacionadas*, etc.; en relación con ellos, se señala que, con el propósito de enriquecer los resultados, sí se tendrán en cuenta los enlaces semánticos que los conforman toda vez que, gracias a que la lógica de navegación, el archivo y el sistema de datación (que incluya tanto la fecha como el

horario de publicación de sus contenidos) del cibermedio, resulte posible reconstruir la configuración que tenían el día en que se publicó cada una de las opiniones analizadas.²⁷

Por otro lado, se indica que, en el caso de los enlaces semánticos relacionados, cronológicos y de actualización que se presentan superpuestos y adquieran la forma de tags, sólo se considerará que están presentes cuando, al clicar sobre ellos, se pueda reconstruir, a partir del sistema de archivo y de datación de cada cibermedio, la complejión que, los nodos a los que conducen, tenían el día en que se publicaron las respectivas columnas analizadas.

Dos, se indica que el análisis que, en cada caso, se haga de los enlaces que se distinguen *según exploración, según destino, según autor y según conmutación*, sólo se tomarán en consideración los citados enlaces semánticos, es decir, se excluirán los estructurales.

Siguiendo a Rost (2006), se tomó tal decisión porque, en los casos en los que se verifica su presencia, los hipervínculos estructurales se mantienen constantes no sólo en todas las columnas sino también en todos los contenidos de los respectivos cibermedios y, por lo tanto, resulta legítimo asumir que no se los concibe como elementos constitutivos ni específicos de las columnas, es decir, de los contenidos periodísticos en los que se concentra la atención de este trabajo; de todos modos, se hará, en las oportunidades que se advierta su existencia, una breve referencia a ellos en el marco del

²⁷ En particular, esto implica, en términos del análisis que hará este trabajo, dos cosas. Por un lado, la exclusión de *Facebook y Tus amigos en Infobae* en *Infobae.com*; de *Las más leídas de opinión* y las tres notas de tapa que se ubican a la derecha del texto de la columna y debajo de la publicidad en *Diarioregistrado.com*; *Lo más visto, En portada y Te puede interesar* en *Clarín.com*; *Notas más leídas, Temas de hoy* y también los enlaces a notas que se presentan a lo largo de una franja horizontal ubicada debajo de *Temas de hoy* en *Lanacion.com*. Por otro lado, la inclusión de *Lo último y Más opiniones* en *Infobae.com*; de *Notas relacionadas de 'nombre del autor'* en *Diarioregistrado.com*; y de *Últimas notas de 'tema particular sobre el que versa la columna'* en *Lanacion.com*.

espacio que, en el apartado que, en cada caso, se dedica a los enlaces que se distinguen *según jerarquía*, está reservado a este tipo de hipervínculos.²⁸

Tres, se estima apropiado establecer algunas precisiones en relación con los enlaces que serán considerados semánticos de definición. Por un lado, se indica que, dentro de esta categoría, se incluirán los hipervínculos que encarnen en el firma del autor y los que, superpuestos, expresen su nombre en forma de tags tanto en los casos en los que conduzcan a un nodo en el que se brinde una biografía del autor como en las oportunidades en que permitan acceder a una página en la que, a pesar de que se no incluyan datos sobre la trayectoria del especialista, se listen todas las contribuciones que, en la sección, realizó.

Por otro lado, se señala que también se considerarán enlaces semánticos de definición los hipervínculos que se incrusten en el nombre de personas y/organizaciones nombradas en el texto y los que, superpuestos, expresen – generalmente, en forma de tags – nombres de personalidades y/o instituciones tanto en los casos en que conduzcan a un nodo (interno o externo al cibermedio) en el que sólo se brinden datos sobre la persona o la organización a la que, en cada caso, hacen referencia; como en las oportunidades en que direccionen hacia un texton en el que no sólo aparezca información sobre la personalidad y la institución a la que hacen alusión sino también a otros productos periodísticos en los que también se las nombra. En este último caso,

²⁸ En su tesis, Rost (2006) justifica la decisión de enfocarse en los enlaces semánticos del siguiente modo: "Nuestro interés se centrará en los enlaces semánticos, es decir, los que relacionan directamente los contenidos entre sí. Estos enlaces, que vemos en la columnas derecha del gráfico anterior bajo el subtítulo "más información", se utilizan para generar sentido, para asociar contenidos, más allá de la estructuración rígida e inamovible que imprimen las categorías (...) Los enlaces requieren por último una elaboración permanente que se modifica según los contenidos, a diferencia de los enlaces estructurales que establecen categorizaciones fijas que sólo pueden llegar a renovarse con un rediseño del sitio" (p.293).

también se evaluará si el enlace que condujo a tal página puede ser considerado, al mismo tiempo, como relacionado, cronológico y/o de actualización.

Cuatro, se apuntan, en vinculación con la manera en que se concebirán los enlaces semánticos de definición a la hora de clasificarlos en el marco del tipo de enlaces que se distinguen *según exploración*, dos cosas. Por un lado, se señala que los enlaces semánticos de definición que encarnan en el mismo nombre o firma del autor de cada opinión serán considerados incrustados ya que, desde la óptica de este trabajo, la firma o el nombre del columnista es – y mucho más en un género como el que se está analizando – parte constitutiva e interna del texto.

Por otro lado, se apunta que, en los casos en los que no se incluye un link sobre la firma del autor, pero sí se presenta un enlace superpuesto – generalmente, en forma de tag – con su nombre, los hipervínculos semánticos de definición serán considerados como superpuestos ya que – al no estar dentro del texto ni sobre la firma, que, tal como se indicara, se considera, en este trabajo, un elemento constitutivo e interno de la opinión – se encuentran fuera y son externos a la columna.

Cinco, se indica que, en el marco de los enlaces semánticos, un mismo hipervínculo puede ser contabilizado dentro de diferentes categorías; esto sucederá sólo en los casos en los que, por las funciones que cumpla, el enlace en cuestión se adecue, al mismo tiempo, a más de una de las definiciones de los tipos de enlaces distinguidos en el marco de los semánticos.

Un caso muy habitual es el de los enlaces que, al mismo tiempo, son de definición y relacionados y/o cronológicos y/o de actualización. Esto sucede, por ejemplo, cuando un enlace encarna en el nombre de una determinada personalidad a la que se alude dentro del texto y, al clicar sobre él, conduce a un nodo en el que no sólo se presenta una

biografía de tal persona sino una lista de otros contenidos periodísticos que: a. también aluden a esa personalidad; b. que, en el mismo cibermedio, fueron publicados el mismo día y/o días previos y/o en un momento posterior al que se está consultado.

Sexto, se considera apropiado, en relación con las decisiones que se expusieron en los cinco puntos previos, que, bajo ninguna circunstancia, se estima que lo propuesto tiene un carácter definitivo o cerrado y tampoco que esté exento de deficiencias, errores u omisiones; en relación con esto, se considera posible, a su vez, realizar las dos últimas indicaciones sobre este tema.

Por un lado, se estima necesario establecer que el proceso que condujo a la adopción de las referidas decisiones se vio dificultada por el hecho de que no existen numerosos ni significativos trabajos que, en el pasado, se hayan propuesto la ejecución de una labor análoga a la que realiza este trabajo (por lo menos, enfocándose, específicamente, en el género que concentra la atención de esta investigación).

Por otro lado, se juzga, teniendo en cuenta lo indicado anteriormente, que este trabajo (tal vez, más por el hecho de tratar este tema que por la solidez o calidad con las que vaya a hacerlo) puede convertirse en un modesto disparador para generar, en esta dimensión, un debate que permita alcanzar, en relación con este asunto, un grado mayor de acuerdo; de tal modo, podría facilitarse, en el futuro, la labor de investigadores que se interesaran por abordar el estudio de la misma cuestión.

Cuarto, se establece, siguiendo a Zamith (2007, p. 43; 2008, p. 6), que la ficha fue aplicada por solo una persona (el autor de este trabajo) que, para realizar dicha tarea, se utilizó el programa Excel y, por último, que se trabajó siempre con la misma computadora (ASUS modelo N56VB con una resolución de pantalla de 1366 x 768). Asimismo, se señala que el dispositivo cuenta con todos los programas y aplicaciones

necesarias (es decir, navegadores web, reproductores de audio y video, etc.) para la realización de los propósitos que se plantea.

En sexto lugar, se juzga oportuno cerrar esta sección indicando que las conclusiones que, en el marco de este trabajo, puedan alcanzarse en relación con la presencia y utilización de las expresiones de las dimensiones discernidas dentro de los rasgos del lenguaje ciberperiodístico en las columnas de los referidos ciberperiódicos argentinos, sólo se circunscriben a ellas, es decir, no resultan, desde ningún punto de vista, automática ni necesariamente extrapolables a todas las opiniones que se hayan publicado en tales ciberdiarios ni a las columnas de otros diarios digitales del país.



Universidad de
San Andrés

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS INDIVIDUALES Y COMPARACIONES.



Universidad de
San Andrés

I. INTRODUCCIÓN.

En el presente capítulo, se buscará la consecución de una serie de propósitos. Por un lado, se intentará, en la primera sección, explorar si las columnas de los cybermedios seleccionados utilizan alguna/s manifestaciones/es de las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad; a su vez, se procederá – si logra establecerse lo anterior – a señalar la cantidad y el tipo de cada una de tales expresiones que usaron las opiniones de los referidos diarios digitales.

Por otro lado, se intentará, en la segunda sección, comparar: a. las columnas de los dos cybermedios que cuentan con referentes impresos; b. las opiniones de los dos periódicos digitales desarrollados exclusivamente para la web; c. las columnas de todos los diarios digitales indicados en los dos puntos previos.

Se indica que, para realizar tales comparaciones, se tomarán dos criterios: por un lado, se compararán las columnas de los cybermedios teniendo en cuenta la cantidad de manifestaciones de cada dimensión discernida dentro de cada rasgo del lenguaje cyberperiodístico que, en cada conjunto, se incluyeron; y, por otro lado, se cotejarán las opiniones de los periódicos digitales tomando en consideración el/los tipo/s de expresiones de cada aspecto distinguido dentro la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad que, en cada conjunto, se utilizaron.

En relación con la primera sección, se establece que, para cumplir los propósitos que busca alcanzar, se dividirá en cuatro apartados: en cada uno de ellos se establecerá – siempre y cuando se verifique que los utilizaron – la clase y el número de manifestaciones de los distintos aspectos distinguidos dentro de los rasgos del lenguaje cyberperiodístico que, en las columnas de cada uno de los cybermedios elegidos, se usaron.

En relación con la segunda sección, se señala que, para obtener los objetivos que se planteó lograr, estará dividido en tres apartados; en cada uno de ellos, se presentarán cada una de las tres indicadas comparaciones que, con los aludidos criterios, se realizarán entre las columnas de los referidos periódicos digitales.

Se considera apropiado, antes de presentar los indicados capítulos, realizar una serie de precisiones relativas a las exposiciones que, en ellos, se presentarán. En primer lugar, se señala que, en tanto en el marco de los análisis particulares como en el de las comparaciones, se incluirán, toda vez que resulte posible, referencias a los porcentajes en que las columnas de los distintos cibermedios analizados utilizaron las diferentes expresiones de las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad; este procedimiento, que excede los objetivos que el trabajo se planteó alcanzar, se realiza con el único propósito de enriquecer las respectivas exposiciones y análisis.

En segundo lugar, se indica que, desde el punto de vista formal, todas las exposiciones – es decir, tanto en las que se estudia, de manera individual, las columnas de cada cibermedio como en que se establecen comparaciones entre ellas – se organizarán del mismo modo: sus respectivos análisis comenzarán con las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, enlaces y estructura, y sus respectivas manifestaciones; seguirán con los aspectos discernidos en el marco de la multimedialidad, elementos y modo de articulación, y sus correspondientes manifestaciones; y concluirán con las tres dimensiones distinguidas en el seno de la interactividad, selectiva o de navegación, comunicativa y productiva, y sus respectivas encarnaciones.

PRIMERA SECCIÓN: ANÁLISIS PARTICULARES.

I. Clarín.com.

En las columnas que se analizaron en este cibermedio, resultó posible verificar el uso de expresiones de las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad; por tal motivo, se procederá a indicar el número y la clase de tales manifestaciones que se pudieron hallar en este grupo de opiniones.

1. Hipertextualidad.

A. Enlaces.

En relación con este aspecto de la hipertextualidad, se realizarán dos señalamientos. En primer lugar, se establece que, en las opiniones de C, se usaron 10 tipos de enlaces. En segundo lugar, se indica que, en vinculación con cuáles fueron las clases de hipervínculos que se utilizaron en las columnas de este cibermedio, se harán una serie de especificaciones tomando en consideración cada uno de los tipos de enlaces discernidos.

a. Según jerarquía.

i. Enlaces estructurales.

Se advirtió la existencia de hipervínculos estructurales y se observó su inclusión en todos los casos evaluados. Estos enlaces se ubicaron dentro de una franja que recorre horizontalmente la parte superior del nodo y son los siguientes: *Clarín*, que conduce a la portada del cibermedio, *Noticias*, *Deportes*, *¡Extrashow!*, *Estilo*, *Servicios*, un motor de búsqueda, una estrella (*Tops Clarín*) que permite ver los contenidos más leídos, y un reloj (*Último momento*), que posibilita conocer las últimas noticias publicadas.

También se consideraron estructurales los tags que se sitúan en una banda que, también desplegada horizontalmente, se ubica debajo de la indicada previamente; tales etiquetas, encabezadas por el título *Hoy interesa*, expresan nombres de personalidades o núcleos temáticos relevantes y, al clicar sobre ellos, puede accederse a contenidos periodísticos vinculados con tales personas o temas.

ii. Enlaces semánticos.

En relación con el uso de este tipo de enlaces en las columnas de este cibermedio, se establecerán una serie de precisiones. En primer lugar, se observó que se utilizaron hipervínculos relacionados y que se los incluyó en el 37,83% de los casos analizados. En segundo lugar, se indica que se incorporaron enlaces cronológicos y que se los integró en el 86,48% de las columnas estudiadas. En tercer lugar, se establece que no pudo advertirse el empleo de hipervínculos de actualización en los casos analizados.

En cuarto lugar, se indica que no se verificó la presencia de enlaces documentales en ninguna de las columnas evaluadas. Por último, se apunta que se usaron enlaces de definición y que se los utilizó en el 66,21% de los casos analizados.

b. Según exploración.

Se observó que se incluyeron enlaces incrustados y que fueron incorporados en el 66,21% de las columnas; a su vez, también se verificó que se integró de hipervínculos superpuestos y que se los empleó en el 86,48% de los casos evaluados.

c. Según destino.

Se advirtió que se usaron hipervínculos internos y que se los utilizó en el 94,59% de las columnas analizadas; no se verificó la presencia de enlaces externos ni intrínsecos en ninguna de las oportunidades.

d. Según autor.

Se observó que se utilizaron hipervínculos de autor y que se los incluyó en el 94,59% de los casos; en ninguna oportunidad, pudo observarse la existencia de enlaces de lector.

e. Según conmutación.

Resultó posible establecer que se incorporaron enlaces de sustitución y que estuvieron presentes en el 94,59% de los casos; también se advirtió que se integraron hipervínculos de superposición y que se los empleó en el 1,35 de las columnas evaluadas.

B. Estructura.

En relación con esta dimensión de la hipertextualidad, se apunta, por un lado, que, en las columnas de C, sólo se verificó el uso de una de las cuatro estructuras distinguidas; y, por otro lado, que la única estructura que se utilizó en las opiniones de este cibermedio fue la axial o lineal del tipo unilineal o consecutivo.

2. Multimedialidad.

A. Elementos.

En relación con esta dimensión del lenguaje ciberperiodístico, se considera posible, a partir de los datos recolectados, establecer una serie de consideraciones. En primer lugar, se indica que, en las opiniones de C, se advirtió el uso de 2 tipos de elementos multimediales.

En segundo lugar, se harán una serie de señalamientos en vinculación con cuáles fueron las clases de componentes multimediales que se incluyeron en las columnas de este diario digital. Primero, se advierte que se usó texto y que se lo utilizó en todos los casos. Segundo, se observa que se incluyeron imágenes fijas y que se lo hizo en el 71,62% de

las oportunidades. Tercero, se indica que no se incorporaron audios ni videos. Cuarto, se establece que tampoco se integraron infografías.

B. Modo de articulación.

En vinculación con esta categoría de la multimedialidad, se indica, por un lado, que, en las columnas de C, sólo se advirtió el uso de uno de los dos modos distinguidos; y, por otro lado, se señala que, en las opiniones de C, la única forma de articulación de componentes multimediales que se utilizó fue la de yuxtaposición.

3. Interactividad.

A. Interactividad de navegación o selectiva.

En relación con esta dimensión de la interactividad, se considera posible establecer algunas observaciones. En primer lugar, se señala que, en las columnas de C, se incluyó sólo una expresión de esta interactividad. En segundo lugar, se apunta que, en relación con cuál fue el tipo de manifestación de la interactividad selectiva incluida en las opiniones de C, se pueden hacer una serie de precisiones.

Primero, se indica que, en los casos analizados, no se ofreció la opción de acceder a canales de RSS de las columnas del especialista que se está consultando ni de la sección *Opinión* en la que se publican todos los contenidos de este tipo que se producen en el marco de este cibermedio.²⁹

Segundo, se señala que se utilizaron enlaces y que se los incluyó en el 94,59% de las oportunidades. Tercero, se establece que, en las opiniones evaluadas, no se brindó la

²⁹ Clarin.com tiene una página en la que concentra la oferta de canales de RSS; en tal nodo, se advierte que tampoco se incluya uno dedicado a la categoría *Opinión*. En tal sentido, puede consultarse: <http://www.clarin.com/rss.html>

posibilidad de imprimir. Cuarto, se indica que, en ninguno de los casos, se incorporó la opción de suscribirse a alertas informativas que comunicaran al lector cada vez que se publicara una nueva columna del especialista que leyó ni que le avisara cuando se incorporasen nuevas columnas a la sección *Opinión*.

Quinto, se señala que, en los contenidos periodísticos estudiados, no se ofrecieron alternativas para modificar su apariencia física; específicamente, no se incluyeron opciones que posibilitaran cambiar el tamaño ni el color de la fuente y tampoco acceder a una versión *solo texto* del contenido periodístico en cuestión.

B. *Interactividad comunicativa o participativa.*

En vinculación con este aspecto de la interactividad, también se pueden realizar una serie de indicaciones. En primer lugar, se señala que, en las opiniones de C, se incorporaron 8 manifestaciones de la interactividad comunicativa. En segundo lugar, se establece que, en relación con cuáles fueron los tipos de exteriorizaciones de esta forma de interactividad que se integraron a las columnas de este cibermedio, se harán algunas especificaciones.

Primero, se establece que se incluyó el mail de los autores y que se lo incorporó en el 25,67% de los casos. Segundo, se apunta que se integró el twitter del columnista y que se lo empleó en el 16,21% de las oportunidades estudiadas.

Tercero, se señala que, en ninguna de los casos evaluados, se abrió o brindó la opción de un chat con el autor. Cuarto, se establece que se incluyó la opción de compartir la columna leída a través de las redes sociales – si se tienen en cuenta todas las aplicaciones con las que posibilita que se realice esta acción, son, en total, 51 – y también del correo electrónico; a su vez, se indica que estas alternativas se incorporaron en todos los casos. Quinto, se apunta que, en ningún caso, pudo advertirse la inclusión

de encuestas ni de algún tipo de procedimiento que permitiera al lector calificar la columna consultada.

Sexto, se señala que se ofreció a los usuarios la posibilidad de hacer comentarios y que se habilitó esta opción en el 43,24% de las columnas. Asimismo, se establece que se observó el requerimiento de registrarse para poder comentar – en este caso, es necesario, para hacerlo, crear una cuenta en el marco del cibermedio – y que se lo utilizó en todas las columnas en las que se habilitó la opción de comentar. Se señala, a su vez, que se empleó la moderación de comentarios y que se la usó en todas las opiniones en las que estuvo permitido comentar.

Finalmente, se señala que se verificó la presencia de la posibilidad de calificar las opiniones vertidas por otros usuarios y que se la utilizó en todas las columnas en las que se habilitaron los comentarios. Tal acción, la de valorar las expresiones de otros lectores, puede hacerse cliqueando sobre un *pulgar arriba* – para valorar positivamente – o sobre un *pulgar abajo* – para evaluar negativamente –; ambos se ubican debajo de cada comentario que realizan los lectores.

C. *Interactividad productiva.*

En relación con esta última dimensión de la interactividad, se indica que, en las columnas de C, no se advirtió la incorporación de ninguna de sus manifestaciones.

II. Lanacion.com.

En las opiniones de este diario digital que se evaluaron, pudo advertirse la utilización de manifestaciones de los aspectos discernidos dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad; por ende, se indicarán, en lo sucesivo, la

cantidad y el tipo de dichas expresiones que pudieron encontrarse en este conjunto de columnas.

1. Hipertextualidad.

A. Enlaces.

En relación con este aspecto del lenguaje ciberperiodístico, se harán dos indicaciones. En primer lugar, se señala que, en las opiniones de LN, se usaron 13 tipos de enlaces. En segundo lugar, se apunta que, en vinculación con cuáles fueron las clases de hipervínculos incluidos en las opiniones de LN, se harán una serie de especificaciones teniendo en cuenta cada uno de los tipos de enlaces distinguidos.

a. Según jerarquía.

i. Enlaces estructurales.

En todas las columnas estudiadas, se verificó la presencia de hipervínculos estructurales. Esta clase de enlaces suelen estar ubicados en tres franjas que, una encima de la otra, se despliegan en la parte superior de cada nodo.

En la primera, se ubican, sobre el margen izquierdo, el hipervínculo *lanacion.com*, que conduce a la portada del cibermedio, y, debajo de él, el enlace *Opinión*, que dirige a la página principal de la sección (en cada sección, se repite esta lógica, es decir, en *Política*, por ejemplo, aparece, debajo de *lanacion.com*, el hipervínculo *Política*); y, sobre el margen izquierdo, links con los servicios propios de los cibermedios (buscador, compartir, registrarse, etc.)

En la segunda, se presentan los enlaces *Últimas noticias*, *Secciones*, *Edición Impresa*, *Blogs*, *LN Data*, *Servicios* y *Guía La Nación*. En la última, se ubican, a la derecha del

título *Hoy*, una serie etiquetas que conducen a contenidos periodísticos sobre personalidades o núcleos temáticos relevantes de actualidad; a su vez, a la izquierda de estos tags, se incluye el hipervínculo *Dólar Hoy*.

ii. Enlaces semánticos.

En relación con la inclusión de esta clase de enlaces en las opiniones evaluadas, se harán una serie de indicaciones. En primer lugar, se señala que se usaron enlaces relacionados y que se los utilizó en el 40% de los casos analizados. En segundo lugar, se indica que se incluyeron hipervínculos cronológicos y que fueron incorporados en el 48,42% de las columnas evaluadas. En tercer lugar, se establece que se integraron enlaces de actualización y que se los empleó en el 40% de las oportunidades. En cuarto lugar, se apunta que se usaron hipervínculos documentales (en todos los casos, direccionan a especiales multimedia que trascienden la información del día) y que fueron utilizados en el 30,52% de las opiniones estudiadas. En quinto lugar, se señala que incluyeron enlaces de definición y que fueron incorporados en todas las columnas analizadas.

b. *Según exploración.*

Se verificó que se integraron hipervínculos incrustados y que se los empleó en todas las columnas evaluadas; asimismo, se advirtió que se usaron enlaces superpuestos y que se los utilizó en el 41,05% de las opiniones estudiadas.

c. *Según destino.*

Se observó que se incluyeron enlaces internos e intrínsecos y, a su vez, que fueron integrados en todos los casos analizados; no se verificó la presencia de hipervínculos externos en ninguno de los casos estudiados.

d. Según autor.

Se observó que se emplearon hipervínculos de autor y que se los usó en el 100% de los casos estudiados; no pudo advertirse la utilización de enlaces de lector en ninguna de las columnas analizadas.

e. Según conmutación.

Resultó posible verificar que se utilizaron enlaces de sustitución y que se los incluyó todos los casos analizados; también se advirtió que se incorporaron hipervínculos de superposición y que se los integró en el 44,21% de las columnas evaluadas.

B. Estructura.

En vinculación con esta dimensión de la hipertextualidad, se establece, por un lado, que, en las opiniones de LN, se utilizó sólo una de las estructuras indicadas; y, por otro lado, se apunta que la única estructura usada en las opiniones de este diario digital fue la axial o lineal del tipo unilineal o consecutivo.

2. Multimedialidad.

A. Elementos.

En relación con esta dimensión de la multimedialidad, se realizarán dos indicaciones. En primer lugar, se señala que, en las columnas de LN, se incluyeron 3 de los distinguidos componentes. En segundo lugar, se apunta que, en vinculación con qué clases de elementos fueron incluidos en las opiniones de este periódico digital, se harán algunas consideraciones adicionales.

Primero, se indica que se usó texto y también que se lo utilizó en todos los casos evaluados. Segundo, se indica que se incluyeron imágenes fijas y que se las incorporó

en el 64,21% de las columnas evaluadas. Tercero, se establece que se integraron videos y que se los empleó en el 3,15% de las opiniones estudiadas. Cuarto, se indica que, en ninguna columna, se advirtió la utilización de audios ni de infografías.

B. Modo de articulación.

En relación con esta categoría de la multimedialidad, se señala, por un lado, que, en las columnas de LN, sólo se utilizó un modo de articulación de los citados elementos; y, por otro lado, que la única forma de articulación de componentes multimediales usada en las opiniones de este ciberperiódico fue la de yuxtaposición.

3. Interactividad.

A. Interactividad de navegación o selectiva.

En vinculación con esta dimensión de la interactividad, se realizarán dos indicaciones. En primer lugar, se apunta que, en las columnas de LN, se utilizaron 3 expresiones de la interactividad selectiva. En segundo lugar, se indica que, en relación con qué clases de manifestaciones de esta interactividad que se incorporaron en las opiniones de este periódico digital, se harán una serie de precisiones.

Primero, se indica que, en ninguna oportunidad, se ofreció, dentro del nodo en el que se presenta la columna, la posibilidad de acceder al canal de RSS del especialista que se estuvo consultando ni al de la sección *Opinión*, es decir, aquella en la que se publican los contenidos en los que enfoca la atención el presente trabajo.³⁰ Segundo, se señala que se usaron hipervínculos y que se utilizaron en todas las columnas. Tercero, se

³⁰ En relación con este tema, se considera apropiado no dejar de apuntar que, en el marco de los enlaces estructurales, se puede, cliqueando sobre el ícono que representa el RSS, acceder a una página en la que se listan los canales de este servicio ofrecidos por lanacion.com; entre ellos, está el de *Opinión*.

establece que se incluyó la alternativa de imprimir y que se la incorporó en todas las oportunidades evaluadas.

Cuarto, se indica que, en ningún caso, se brindó, en el nodo en el que se desplegó la columna, la posibilidad de suscribirse a alertas informativas que comunicaran al lector cada vez que se publicara una nueva opinión del autor que hubiera leído ni que le advirtieran en cada ocasión que apareciera una nueva columna en la sección *Opinión*.³¹

Quinto, se establece, en vinculación con la modificación de la apariencia física, que se ofreció la posibilidad de aumentar y disminuir el tamaño de la fuente y que se la integró en todos los casos; a su vez, se señala que, en ninguna oportunidad, se incorporó alguna opción que posibilitara cambiar el color de la letra ni acceder – por lo menos, directamente – a la versión *sólo texto* de la columna que se está leyendo.³²

B. Interactividad comunicativa o participativa.

En relación con este tipo de interactividad, también se harán dos reflexiones. En primer lugar, se señala que, en las columnas de LN, se verificó la integración de 8 manifestaciones de la interactividad comunicativa. En segundo lugar, se establece que,

³¹ En vinculación con este punto, se considera apropiado señalar que, en todas las oportunidades, debajo de la opción de suscribirse a la *Alerta de noticia de último momento por mail* se incluye un link que permite acceder a una página en la que se listan los servicios de alertas informativas que existen en el marco de este periódico digital; allí, el usuario puede – siempre que haya creado una cuenta dentro de *lanacion.com* – suscribirse al de *Columnista* y, de tal manera, comenzar a recibir, en su correo electrónico, avisos diarios sobre las publicaciones de los columnistas del cibermedio.

³² En relación con este punto, es decir, con el de la versión *sólo texto*, se estima apropiado apuntar que, en el marco de los enlaces estructurales – en particular, dentro de las opciones que se despliegan al posar el cursor sobre *Servicios* – se ofrece la opción de acceder a una versión *sólo texto*, pero que, al clickear sobre ella, no conduce a tal versión del específico contenido que se está leyendo sino que dirige al modelo *sólo texto* de la portada del cibermedio.

en relación con cuáles fueron las clases de exteriorizaciones de esta interactividad que se incluyeron en las opiniones de LN, se harán una serie de precisiones.

Primero, se indica que se incluyó la dirección de correo electrónico del autor y que se la incorporó en el 12,63% de las oportunidades analizadas. Segundo, se establece que se integró el twitter del columnista y que apareció en el 23,15% de los casos evaluados.

Tercero, se indica que, en ninguno de los casos evaluados, se ofreció la posibilidad de participar de un chat con el autor. Cuarto, se establece que, en ninguna de las oportunidades analizadas, se observó que los autores tuvieran blogs dentro del periódico digital.

Quinto, se señala que se permitió a los usuarios compartir el contenido periodístico que estaban consultando a través de las redes sociales (en este caso, Facebook, Twitter, LinkedIn y Google+) y también del correo electrónico; a su vez, se precisa que se ofreció esta posibilidad a los usuarios en todas las columnas estudiadas.

Sexto, se señala que, en ningún caso, se incluyeron encuestas ni mecanismos que posibilitaran a los lectores calificar la columna que habían leído. Séptimo, se indica que se permitió a los usuarios realizar comentarios y que se habilitó esta opción en el 90,52% de los casos evaluados; en relación con este tema, se establecerán tres señalamientos adicionales.

Uno, se apunta que se estableció la exigencia de registrarse para comentar – en este caso, hacerlo supone crear un usuario dentro del cibermedio – y que se la incluyó en todas las opiniones en las que estuvo permitido publicar comentarios. Dos, se indica que se estableció la moderación de los comentarios y que se la utilizó en todas las columnas en las que se permitió comentar. Tres, se señala que se brindó la alternativa de valorar los comentarios expresados por otros lectores y también que se la incorporó en todas las

opiniones en las que se habilitaron los comentarios. A su vez, se indica que, para llevar adelante esta acción, hay que clicar sobre un *Me gusta* que se presenta debajo de cada una de estas publicaciones.

C. Interactividad productiva.

En vinculación con la interactividad productiva, se indica que, en las columnas de LN, no se pudo advertir la utilización de ninguna de sus expresiones.

III. Infobae.com.

En las columnas este periódico digital que se estudiaron, resultó posible observar el uso de expresiones de las dimensiones distinguidas en el marco de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad; por lo tanto, se procederá a señalar el número y la clase de tales manifestaciones que pudieron hallarse en este grupo de opiniones.

1. Hipertextualidad.

A. Enlaces.

En relación con esta dimensión de la hipertextualidad, se establecerán dos señalamientos. En primer lugar, se indica que, en las opiniones de I, se usaron 11 tipos de enlaces. En segundo lugar, se apunta que, en relación con cuáles fueron las clases de hipervínculos incluidos en las opiniones de este diario digital, se harán una serie de indicaciones teniendo en cuenta cada una de los tipos de enlaces discernidos.

a. Según jerarquía.

i. Enlaces estructurales.

En ninguno de los casos, se advierte la presencia de enlaces estructurales; en el resto de los contenidos del cibermedio, sí se utilizan este tipo de enlaces. En tales casos, los

hipervínculos se ubican en una banda desplegada horizontalmente en la parte superior de cada nodo; en ella, se incluyen un menú desplegable que permite acceder a las diferentes secciones del diario, un motor de búsqueda, un enlace a la portada y también tags que expresan nombre o ejes temáticos de relevancia en la actualidad y que, al hacer clic sobre ellos, conducen a nodos en los que se listan contenidos periodísticos vinculados con tales personalidades o asuntos.

ii. Enlaces semánticos.

En relación con la inclusión de este tipo de enlaces en las opiniones evaluadas, se establecerán una serie de señalamientos. En primer lugar, se indica que se usaron enlaces relacionados y que se los utilizó en el 53,33% de los casos analizados. En segundo lugar, se señala que se incluyeron enlaces cronológicos y que se los incorporó en el 92,22% de los productos periodísticos evaluados. En tercer lugar, se establece que, en ninguna oportunidad, se verificó la inclusión de hipervínculos de actualización. En cuarto lugar, se apunta que se incorporaron enlaces documentales (en particular, documentos sin procesar periodísticamente) y que se integraron en el 2,22% de las opiniones estudiadas. En quinto lugar, se indica que se hallaron hipervínculos de definición de autor y que se los encontró en todas las opiniones abordadas

b. Según exploración.

Se observó que se usaron enlaces incrustados y que se los utilizó en todas las columnas; también se verificó que se incluyeron hipervínculos superpuestos y que fueron incorporados en el 92,22% de los casos.

c. Según destino.

Se advirtió la presencia de enlaces internos y se los encontró en todos los productos periodísticos evaluados; también se verificó que se integraron hipervínculos externos y que se los empleó en el 10 % de tales contenidos. No se observó la utilización de enlaces intrínsecos en ninguna oportunidad.

d. Según autor.

Se verificó que se usaron hipervínculos de autor y que se los utilizó en el 100% de las opiniones estudiadas; no pudo advertirse el uso de enlaces de lector en ningún caso.

e. Según conmutación.

Se hallaron hipervínculos de sustitución y se los encontró en el 100% de los casos analizados; se observó que se incluyeron enlaces de superposición y que se incorporaron en el 13,33% de las columnas evaluadas.

B. Estructura.

En relación con esta categoría de la hipertextualidad, se indica, por un lado, que, en las opiniones de I, sólo se verificó el uso de una estructura; y, por otro lado, que la única estructura que se utilizó en las columnas de este ciberperiódico fue la axial o lineal del tipo unilineal o consecutiva.

2. Multimedialidad.

A. Elementos.

En relación con esta dimensión de la multimedialidad, se harán dos indicaciones. En primer lugar, se indica que, en las opiniones de I, se incorporaron 3 clases de elementos. En segundo lugar, se apunta que, en vinculación con qué componentes multimediales se integraron en las columnas de I, se harán algunas especificaciones adicionales.

Primero, se observa que se usó texto y que se lo utilizó en todos los casos. Segundo, advierte que se incluyeron imágenes fijas y que fueron incorporadas en todos los casos. Tercero, se establece que, en ningún caso, se utilizaron audios ni videos. Cuarto, se señala que se integraron infografías y que se lo hizo en el 1,1% de los casos evaluados.

B. Modo de articulación.

En vinculación con esta categoría de la multimedialidad, se señala, por un lado, que, en las columnas de I, sólo se observó el uso de una forma de articulación de componentes multimediales; y, por otro lado, que el único modo de articulación que se utilizó en las opiniones de este cibermedio fue el de yuxtaposición.

3. Interactividad.

A. Interactividad de navegación o selectiva.

En relación con esta dimensión de la interactividad, también se harán dos observaciones. En primer lugar, se señala que, en las columnas de I, se incorporó sólo una de las expresiones de la interactividad selectiva. En segundo lugar, se indica que, en vinculación con cuáles fue el tipo de manifestaciones de esta interactividad que se utilizaron en las opiniones de este periódico digital, se establecerán una serie de especificaciones.

Primero, puede señalarse que, en las columnas estudiadas, no se ofreció la posibilidad de acceder a canales de RSS de las opiniones del mismo autor que se estuviera leyendo ni de la sección *Opinión* dentro de la que se inscriben todas las columnas publicadas en este cibermedio.³³

³³ Infobae tiene una página dedicada a ofrecer canales de RSS; en ella, puede observarse que no incluye uno dedicado a la sección *Opinión*. En tal sentido, puede consultarse: <http://www.infobae.com/rss>

Segundo, se señala que se usaron enlaces y que se los utilizó en todos los casos. Tercero, se indica que, en las columnas analizadas, no se incluyó la opción de imprimir; en este punto, se considera apropiado señalar que, en los contenidos que se publican en el resto de las secciones de I, sí se ofrece esta alternativa.

Cuarto, se establece que, en los casos evaluados, no se brindó la posibilidad de suscribirse a alertas informativas que le avisaran al usuario cada vez que el autor que estaba leyendo publicara otra columna ni que le advirtieran cuando apareciera un nuevo contenido en la sección *Opinión*; en vinculación con esto, se precisa que, en el marco de I, la sección *Opinión* no configura, en este aspecto, una excepción ya que tampoco se ofrece esta opción en el resto de las secciones.

Quinto, se señala que, en los productos periodísticos estudiados, no se brindó la alternativa de modificar su apariencia física; en particular, no se observó la incorporación de opciones que posibilitaran modificar el tamaño ni el color de la fuente y tampoco consultar la versión *solo texto* de la columna.

B. Interactividad comunicativa o participativa.

En relación con este aspecto de la interactividad, se realizarán dos indicaciones. En primer lugar, se señala que, en las columnas de I, se usaron 5 manifestaciones de la interactividad comunicativa. En segundo lugar, se indica que, en vinculación con cuáles fueron las expresiones de esta interactividad que se integraron en las opiniones de este periódico digital, se establecerán una serie de precisiones.

Primero, se señala que, en ningún caso, se presentó el mail de los autores. Segundo, se establece que se incluyó la cuenta de twitter de los autores y que se la incorporó en el 71,11% de las oportunidades. Tercero, se señala que, en ninguna de las columnas

evaluadas, se ofreció la posibilidad de un chat con el autor. Cuarto, se indica que, en ningún caso, se advirtió la presencia de blogs de los autores dentro de este cibermedio.

Quinto, se establece que se ofreció la posibilidad de compartir la opinión a través de las redes sociales, pero no del correo electrónico (esta opción, es decir, la de compartir el contenido consultado a través del mail, sí se incluye en los que se publican en otras secciones de este periódico digital); en el caso de compartir a través de las redes sociales, se indica que tal alternativa se incluyó en todos los casos. Sexto, se señala que, en ninguna oportunidad, se incorporaron encuestas ni algún mecanismo que permitiera al usuario calificar la columna que había leído.

Séptimo, se indica que se permitió a los usuarios realizar comentarios y que tal posibilidad se habilitó en el 94,44% de las columnas evaluadas. A su vez, se señala que se incorporó la exigencia de registrarse para poder publicar comentarios – en este caso, con su cuenta de Facebook, Yahoo, AOL o Hotmail – y también que se la incluyó en todas las columnas en las que se permitió comentar. Se indica, asimismo, que no se empleó la moderación de las expresiones de los usuarios. Finalmente, se establece que se incorporó la opción de calificar las intervenciones de otros lectores y que se incluyó tal opción en todas las opiniones en las que estuvo permitido comentar.

C. Interactividad productiva.

En relación con la última forma de interactividad, se señala que, en las columnas de I, no se advirtió el uso de ninguna de sus expresiones.

IV. Diarioregistrado.com.

En las opiniones de este diario digital que se analizaron, pudo advertirse la presencia de manifestaciones de los aspectos discernidos dentro de la hipertextualidad, de la

multimedialidad y de la interactividad; en consecuencia, se pasará a establecer, en lo sucesivo, la cantidad y el tipo de dichas expresiones que se pudieron encontrar en este conjunto de columnas.

1. Hipertextualidad.

A. Enlaces.

En relación con este aspecto de la hipertextualidad, resulta posible establecer dos observaciones. En primer lugar, se indica que, en las columnas de DR, se utilizaron 7 clases de hipervínculos. En segundo lugar, se apunta que, en vinculación con cuáles fueron los tipos de enlaces que se integraron en las opiniones de este periódico digital, se realizarán una serie de especificaciones tomando en consideración cada uno de los tipos de hipervínculos distinguidos.

a. Según jerarquía.

i. Enlaces estructurales.

Se observó la presencia de enlaces estructurales y se los halló en todos los casos analizados. Este tipo de hipervínculos encarnan, por un lado, en el enlace *Diario Registrado*, que conduce a la portada del cibermedio y que se ubica en una franja que, horizontalmente, ocupa la parte superior del nodo; y, por otro lado, en los hipervínculos *Inicio, Política, Economía, Sociedad, Internacionales, Deportes, Espectáculos, Tec y Ciencia, Cultura, 678, Duro, Tvr, FP* que están dispuestos en otra franja desplegada debajo de la indicada previamente.

ii. Enlaces semánticos.

En vinculación con el uso de esta clase de hipervínculos en las opiniones evaluadas, se realizarán una serie de observaciones. En primer lugar, se indica que, en ningún caso, pudo advertirse la presencia de enlaces relacionados. En segundo lugar, se señala que se hallaron hipervínculos cronológicos y que se los encontró en el 38,46% de los casos evaluados. En tercer lugar, se establece que no se observó el uso de enlaces de actualización ni de documentales en ninguno de los contenidos periodísticos abordados. En cuarto lugar, se apunta que se utilizaron hipervínculos de definición y que fueron integrados en todas las opiniones estudiadas

b. Según exploración.

No se advirtió la inclusión de hipervínculos incrustados en ninguno de los contenidos periodísticos estudiados; en cambio, sí pudo verificarse que se emplearon enlaces superpuestos y que se los incluyó en todas las columnas.

c. Según destino.

Se pudo observar que se incorporaron hipervínculos internos y que se encontraron en todas las opiniones evaluadas; no se advirtió la presencia de enlaces externos ni de intrínsecos en ninguna de las columnas estudiadas.

d. Según autor:

Se verificó que se incluyeron hipervínculos de autor y que se los incorporó en todas las columnas analizadas; a su vez, no pudo advertirse la presencia de enlaces de lector en ninguna de ellas.

e. Según conmutación.

Se señala que se emplearon enlaces de sustitución y que se los incluyó en todos los casos analizados; en cambio, no se observó, en ninguna oportunidad, el uso de hipervínculos de superposición.

B. Estructura.

En relación con esta dimensión de la hipertextualidad, se señala, por un lado, que, en las columnas de DR, se utilizó sólo una estructura; y, por otro lado, que la única estructura que se usó en las opiniones de este cibermedio fue la axial o lineal del tipo unilineal o consecutiva.

2. Multimedialidad.

A. Elementos.

En relación con este aspecto de la multimedialidad, se realizarán dos señalamientos. En primer lugar, se establece que, en las columnas de DR, se advirtió el uso de 3 elementos. En segundo lugar, se señala que, en vinculación con cuáles fueron los componentes que se incluyeron en las opiniones de este diario digital, se harán una serie de precisiones.

Primero, se advierte que se incluyó texto y que se lo usó en todos los casos. Segundo, se indica que se utilizaron imágenes fijas y que se las incorporó en todas las oportunidades. Tercero, se establece que se usaron videos y que se los empleó en el 15,38% de los casos. Cuarto, se indica que, en ningún caso, se utilizaron audios ni infografías.

B. Modo de articulación.

En vinculación con esta dimensión de la multimedialidad, se señala, por un lado, que, en las columnas de DR, se observó la utilización de sólo una manera de articulación de elementos multimediales; y, por otro lado, que la única forma de articulación de los citados componentes que se usó en las opiniones de este periódico digital fue la de yuxtaposición.

3. Interactividad.

A. Interactividad de navegación o selectiva.

En vinculación con esta forma de la interactividad, se establecerán dos observaciones. En primer lugar, se señala que, en las columnas de DR, se verificó el uso de 3 expresiones de interactividad de navegación. En segundo lugar, se indica que, en relación con qué tipos de manifestaciones de esta interactividad se incluyeron en las opiniones de este ciberperiódico, se harán algunas especificaciones.

Primero, se señala que, en ningún caso, se brindó la posibilidad de acceder a canales de RSS del columnista que se estuvo leyendo ni de la sección *Opinión*, es decir, aquella dentro de la que se listan todas las opiniones publicadas en este ciberperiódico. Segundo, se establece que se usan enlaces y que se utilizan en todas las oportunidades. Tercero, se indica que, en todas las columnas, se ofreció la alternativa de imprimir.

Cuarto, se señala que, en ninguno de los casos evaluados, se brindó la posibilidad de suscribirse a alertas informativas que advirtieran al usuario cuando se publicara una nueva opinión del columnista que se estuviera consumiendo o que lo notificaran cada vez que se publicara un nuevo producto periodístico en la sección *Opinión*; en relación con esto, debe precisarse que DR no ofrece este servicio en ninguna de sus secciones.

Quinto, se puede señalar, en relación con la modificación de la apariencia física, que se ofreció la posibilidad de aumentar y reducir el tamaño de la letra del texto y que se la incluyó en todas las columnas analizadas; asimismo, se indica que no se verificó la integración de alternativas que permitieran modificar el color de la fuente ni acceder a una versión *solo texto*.

B. Interactividad comunicativa o participativa.

En relación con esta dimensión de la interactividad, se realizarán dos señalamientos. En primer lugar, se establece que, en las columnas de DR, se incluyeron 5 manifestaciones de la interactividad comunicativa. En segundo lugar, se indica que, en vinculación con cuáles fueron las clases de expresiones de esta interactividad que se utilizaron en las opiniones de este ciberdiario, se realizarán algunas aclaraciones adicionales.

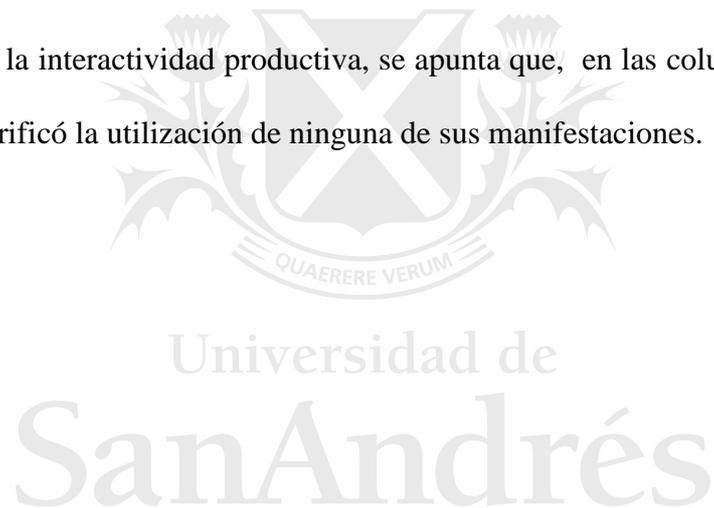
Primero, se indica que, en ninguna de las oportunidades, se incluyó la dirección de correo electrónico del autor. Segundo, se establece que se incluyó el twitter del columnista y que se lo incorporó en el 38,5% de los casos. Tercero, se señala que, en ninguno de los casos evaluados, se brindó la posibilidad de realizar un chat con el autor y tampoco se comunicó su realización en otra sección.

Cuarto, se indica que, en ninguna de las columnas estudiadas, se verificó que sus autores tuvieran blogs dentro de este diario digital. Quinto, se establece que se permitió compartir la opinión leída a través de las redes sociales (en particular, Twitter, Facebook y Google+) y también del correo electrónico; también se señala que se posibilitaron estas acciones en todas las opiniones estudiadas. Sexto, se señala que, en ningún caso, se incorporó algún procedimiento que posibilitara al usuario calificar la columna que había leído.

Séptimo, se indica que se permitió a los lectores comentar y que se habilitó esta opción en el 84,6% de las oportunidades. Asimismo, se señala que se requirió que los usuarios se registraran para poder publicar comentarios – pueden hacerlo con su cuenta de Facebook, Yahoo, AOL o Hotmail –y que se incluyó tal exigencia en todas las columnas en las que se permitió comentar. También se establece que no se usó la moderación de comentarios. Por último, se indica que se ofreció la alternativa de valorar lo que dijeron otros usuarios y que tal opción se incorporó en todas las opiniones en las que se habilitó la posibilidad de expresar comentarios.

C. Interactividad productiva.

En relación con la interactividad productiva, se apunta que, en las columnas estudiadas de DR, no se verificó la utilización de ninguna de sus manifestaciones.



SEGUNDA SECCIÓN: LAS COMPARACIONES.

I. Primera comparación: las columnas de los periódicos digitales con referentes impresos.

1. Hipertextualidad.

A. Enlaces.

En relación con este aspecto de la hipertextualidad, pueden establecerse dos cosas. En primer lugar, se indica que, tomando como criterio para comparar las columnas de ambos diarios digitales la cantidad de tipos de enlaces que, en cada grupo, se integraron, se observó que cada conjunto de opiniones incluyó un número distinto; se precisa que, en las de LN, se utilizaron 13 clases mientras que, en las de C, se usaron 10.

En segundo lugar, se señala que, al cotejar las columnas de cada cybermedio tomando en consideración el/los tipo/s de enlaces que, en cada grupo, se incluyeron, se pudieron advertir una dos cosas.

Primero, se indica que, en vinculación con 12 clases de hipervínculos, las columnas de ambos cybermedios se comportaron de la misma manera; en relación con esto, se harán dos especificaciones. Por un lado, se señala que, en las columnas de ambos cybermedios, se incluyeron enlaces estructurales, semánticos relacionados, cronológicos y de definición, incrustados, superpuestos, internos, de autor, de sustitución y de superposición.

Se indica, a su vez, que, cotejando las columnas de ambos cyberperiódicos teniendo en cuenta el porcentaje de casos de cada conjunto en los que se integraron los referidos recursos, se observó que C y LN utilizaron, en todos los casos, enlaces estructurales (100%); que el primero (86,48%) superó al segundo (48,42%) en nivel de uso de

enlaces semánticos cronológicos; que C (86,48%) se posicionó por encima de LN (41,05%) en el caso de los hipervínculos superpuestos; que LN (40%) utilizó enlaces semánticos relacionados en más oportunidades que C (37,83%); que LN (100%) superó a C (66,21%) en el caso de los hipervínculos semánticos de definición; que LN (100%) también se posicionó sobre C (66,21%) en lo respectivo a integración de enlaces incrustados; que LN (100%) utilizó más que C (94,95%) hipervínculos internos; que LN (100%) también estuvo por encima de C (94,59%) en lo que respecta a incorporación de enlaces de autor; que LN (100%) superó a C (94,59%) en utilización de hipervínculos de sustitución; y, por último, que LN (44,21%) se posicionó sobre C (1,35%) en inclusión de enlaces de superposición. Por otro lado, se señala que, en ninguno de los grupos de columnas evaluados, se advirtió el uso de enlaces externos ni de lector.

Segundo, se señala que, en relación con 3 tipos de enlaces, las columnas de LN y las de C actuaron de maneras distintas; en tal sentido, se especifica que sólo en las de LN se verificó la inclusión de hipervínculos de actualización, documentales e intrínsecos.

B. Estructura.

En relación con esta dimensión de la hipertextualidad, se harán dos indicaciones. En primer lugar, se apunta que, al parangonar las opiniones de los dos cibermedios tomando en consideración el número de estructuras que, en cada conjunto, se utilizaron, se advirtió que los dos grupos de columnas usaron la misma cantidad; se detalla que tanto C como LN usaron sólo 1.

En segundo lugar, se señala que, al comparar las opiniones de ambos diarios digitales teniendo en cuenta la/s clase/s de estructuras que, en cada grupo, se utilizaron, se observó que, en vinculación con todas las manifestaciones, los dos conjuntos de columnas se comportaron igual. En tal sentido, se especifica, por un lado, que, en los

dos grupos de opiniones – y en todos los casos de cada uno –, se usó la estructura axial o lineal del tipo unilineal o consecutivo; y, por otro lado, que, en ninguno de los dos conjuntos de columnas, se experimentó con alguna de las otras tres estructuras.

2. Multimedialidad.

A. Elementos.

En vinculación con este aspecto de la multimedialidad, se realizarán dos señalamientos. En primer lugar, se indica que, contrastando las columnas de los dos ciberdiarios según el número de componentes multimediales que, en cada conjunto, se integraron, se advirtió que los dos grupos de opiniones incluyeron cantidades distintas; se especifica que, en las de LN, se usaron 3 tipos mientras que, en las de C, se emplearon 2.

En segundo lugar, se señala que, al parangonar las columnas de ambos cibermedios tomando en consideración el/los tipo/s de elementos que, en cada conjunto, se usaron, se pudieron alcanzar una dos observaciones.

Primero, se indica que, en relación con cuatro de los componentes, las columnas de ambos cibermedios actuaron de la misma forma; en vinculación con esto, se harán dos precisiones. Por un lado, se indica que tanto las opiniones de C como las de LN incluyeron el elemento textual y también imágenes fijas. A su vez, se señala que, al comparar las opiniones de los dos diarios digitales teniendo en cuenta los porcentajes de casos de cada conjunto en los que se incorporaron los elementos indicados, pudo advertirse que ambos conjuntos de opiniones usaron texto en el 100% de los casos; y que C (71,26%) superó a LN (64,21%) en la inclusión de imágenes fijas. Por otro lado, se señala que ni las columnas de C ni las de LN integraron sonido ni infografías.

Segundo, se apunta que, en relación con uno de los elementos, las opiniones de ambos cybermedios procedieron de una manera distinta; en tal sentido, se indica que sólo en las columnas de LN se observó la utilización de videos.

B. Modo de articulación.

En relación con este aspecto de la multimedialidad, se establecerán dos indicaciones. En primer lugar, se indica que, al comparar las columnas de ambos cyberperiódicos teniendo en cuenta la cantidad de modos de articulación de elementos multimediales que, en cada conjunto, se utilizaron, se verificó que los dos grupos de opiniones usaron el mismo número, sólo uno.

En segundo lugar, se establece que, al parangonar las columnas de ambos diarios digitales asumiendo como criterio el/los tipo/s de modos de articulación de componentes multimediales que, en cada conjunto, se utilizaron, se verificó que ambos grupos de opiniones se comportaron, en relación con las dos posibilidades distinguidas, del mismo modo; en vinculación con esto, se precisa, por un lado, que, en los dos grupos – y en todos los casos de cada uno de ellos –, se advirtió el uso del de yuxtaposición y, por otro lado, que, en ninguno de los dos conjuntos, se observó la utilización del de integración.

3. Interactividad.

A. Interactividad de navegación.

En vinculación con esta dimensión de la interactividad, se realizarán dos observaciones. En primer lugar, se apunta que, al contrastar las columnas de los dos periódicos digitales tomando en consideración la cantidad de expresiones de esta interactividad que, en cada conjunto, se utilizaron, se observó que las opiniones de cada periódico

incluyeron números distintos; en relación con esto, se recuerda que LN usó 3 mientras que C, sólo 1.

En segundo lugar, se apunta que, al cotejar las columnas de los dos diarios digitales teniendo en cuenta la/s clase/s de manifestaciones de este tipo de interactividad que, en cada grupo, se utilizaron, se determinaron dos cosas.

Primero, se señala que, en vinculación con siete expresiones de esta interactividad, las opiniones de ambos actuaron de la misma manera; al respecto, se harán dos precisiones. Por un lado, se indica que las columnas de ambos cibermedios incluyeron enlaces; a su vez, se señala que, si se parangonan las columnas de los dos diarios digitales teniendo en cuenta el porcentaje de casos de cada grupo en los que se incluyó este recurso, se advierte que LN (100%) superó a C (94,59%).

Por otro lado, se indica que, ni en las columnas de LN ni en las de C, se brindaron opciones tales como la de acceder a los canales RSS del autor y/o de la sección, la de suscribirse a una alerta informativa del autor y/o de la sección, la de modificar el color de la fuente o la de visitar la versión *solo texto* del nodo.

Segundo, se apunta que, en relación con dos manifestaciones de esta interactividad, las opiniones de LN y de C se comportaron de modos diferentes; en vinculación con esto, se señala, a su vez, que sólo las columnas de LN ofrecieron las alternativas de imprimir la columna consultada y de modificar el tamaño de la letra.

B. Interactividad de comunicación.

En relación con este aspecto de la interactividad, se establecerán dos señalamientos. En primer lugar, se indica que, al comparar las columnas de los dos ciberdiarios tomando como criterio comparativo el número de manifestaciones de esta interactividad que, en

cada grupo, se utilizaron, se apreció que las opiniones de ambos conjuntos integraron la misma cantidad; en vinculación con esto, se precisa que tanto LN como C utilizaron 8 tipos de expresiones.

En segundo lugar, se señala que, al cotejar las opiniones de los dos cybermedios teniendo en cuenta la/s clase/s de manifestaciones de este forma de interactividad que se incluyeron en cada grupo, se verificó que, en relación con todas las discernidas expresiones, las columnas de ambos periódicos digitales se comportaron de la misma manera; en vinculación con esto, se establecerán dos precisiones.

Por un lado, se indica que, en los dos grupos de opiniones, se incluyeron la dirección de correo electrónico del autor, el twitter del columnista, opciones para compartir la columnas a través del email y de las redes sociales, la posibilidad de comentar, la exigencia de registrarse para poder hacerlo, la moderación de los comentarios y la opción de calificar los comentarios realizados por los usuarios.

Al mismo tiempo, se señala que, si se contrastan las opiniones de los dos cyberperiódicos teniendo en cuenta el porcentaje de casos de cada conjunto en los que se incluyeron los referidos recursos, se advierte que ambos permitieron compartir por email y redes sociales en todos los casos (100%); que C (25,67%) superó a LN (12,63%) en el caso de la inclusión del mail; que LN (23,15%) se ubicó por encima de C (16,21%) en nivel de incorporación del twitter del columnista; que LN (90,52) posibilitó más que C (43,24%) que sus lectores comenten; y, por último, que, en todos los casos en los que ofrecieron a sus usuarios la posibilidad de comentar, ambos diarios digitales les exigieron, para poder hacerlo, que se registraran, moderaron lo que ellos publicaron y, a su vez, permitieron que valorasen los comentarios de sus pares.

Por otro lado, se establece que, en ninguno de los dos conjuntos de opiniones, se advirtió la inclusión de posibilidades tales como la realización de un chat con el autor, el acceso o consulta del blog del especialista dentro del cibermedio, el uso de encuestas o la calificación de la columna.

C. Interactividad productiva.

En vinculación con esta dimensión de la interactividad, se realizarán dos señalamientos. En primer lugar, se indica que, al contrastar las columnas de ambos ciberperiódicos asumiendo como criterio el número de expresiones de esta interactividad que, en cada conjunto, se incluyeron, se verificó que ninguno de los grupos de opiniones integró alguna.

En segundo lugar, se establece que, al parangonar las columnas de los dos periódicos digitales según el/los tipo/s de manifestaciones de esta interactividad que, en cada conjunto, se incorporaron, se observó que, en relación con todas las expresiones discernidas, ambos grupos de columnas se comportaron de la misma manera; en tal sentido, se especifica que ninguna incluyó alguna de las opciones.

II. Segunda comparación: las opiniones de los cibermedios desarrollados exclusivamente para la web.

1. Hipertextualidad.

A. Enlaces.

En relación con esta dimensión de la hipertextualidad, resulta posible realizar dos observaciones. En primer lugar, se indica que, al comparar las columnas de los dos cibermedios asumiendo como criterio la cantidad de tipos de enlaces que, en cada conjunto, se incluyeron, se advirtió que las opiniones de cada ciberdiario incorporaron

un número diferente; al respecto, se detalla que, en las de I, se utilizaron 11 tipos y que, en las del DR, se integraron 7.

En segundo lugar, se señala que, cotejando las columnas de los dos diarios digitales teniendo en cuenta el/los tipo/s de hipervínculos que, en cada grupo, se utilizaron, se observaron dos cosas.

Primero, se apunta que, en relación con nueve clases enlaces, las opiniones de ambos cybermedios se comportaron de la misma forma; en relación con esto, se harán dos precisiones. Por un lado, se indica que las columnas de los dos cyberperiódicos usaron hipervínculos semánticos cronológicos y de definición, superpuestos, internos, de autor y de sustitución. Al mismo tiempo, se señala que, cotejando las columnas de ambos cybermedios según el porcentaje casos de cada conjunto en los que se usaron los citados recursos, se advirtió que, en relación con la incorporación de enlaces semánticos de definición, internos, de autor y de sustitución, I y DR lo hicieron en un mismo porcentaje de casos de casos (100%); que DR (100%) superó a I (92,22%) en inclusión de enlaces superpuestos; y que I (92,22%) aventajó a DR (38,46%) en los casos de los hipervínculos semánticos cronológicos. Por otro lado, se señala que, en sus respectivas columnas, I y DR no integraron enlaces de actualización, intrínsecos ni de lector.

Segundo, se indica que, en vinculación con seis tipos de enlaces, las opiniones de ambos diarios digitales se condujeron de maneras distintas; en tal sentido, se harán dos especificaciones. Por un lado, se indica que, sólo en las columnas de I, se verificó la inclusión de hipervínculos semánticos relacionados, documentales, incrustados, externos y de superposición. Por otro lado, se establece que sólo fue posible hallar enlaces estructurales en el caso de las opiniones de DR.

B. Estructura.

En vinculación con este aspecto de la multimedialidad, se harán dos señalamientos. En primer lugar, se indica que, al comparar las columnas de los dos cybermedios teniendo en cuenta el número de estructuras que, en cada conjunto, se usaron, se observó que ambos grupos de opiniones utilizaron el mismo número, uno.

En segundo lugar, se señala que, al cotejar las columnas de los dos diarios digitales según el/las clase/s de estructuras que, en cada conjunto, se usaron, se verificó que, en relación con las todas las alternativas discernidas, ambos grupos de opiniones procedieron del mismo modo; al respecto, se precisa, por un lado, que, en las columnas de ambos cyberdiarios – y en todos los casos de cada una –, se usó la axial o lineal del tipo unilineal o consecutiva y, por otro lado, que, en ninguno de los dos conjuntos de opiniones, se experimentó con el resto de las estructuras.

2. Multimedialidad.

A. Elementos.

En vinculación con esta dimensión de la multimedialidad, se establecerán una serie de indicaciones. En primer lugar, se señala que, al parangonar las opiniones de los dos cyberperiódicos tomando como criterio la cantidad de componentes multimediales que, en cada grupo, se incorporaron, se observa que ambos conjuntos incluyeron el mismo número; en relación con esto, se precisa que tanto I como DR utilizaron 3 elementos.

En segundo lugar, se apunta que, al cotejar las columnas de los dos periódicos digitales teniendo en cuenta la/s clase/s de componentes que, en cada grupo, se incluyeron, resultó posible alcanzar dos observaciones.

Primero, se indica que, en vinculación con tres de los elementos, las opiniones de ambos diarios digitales actuaron de una misma manera; en relación con esto, se establecerán dos especificaciones. Por un lado, se señala que tanto las columnas de I como las de DR utilizaron texto e imágenes fijas. Se señala, asimismo, que, al contrastar las opiniones de ambos diarios digitales teniendo en cuenta los porcentajes de casos de cada conjunto en que se incluyeron dichos componentes, se pudo percibir que tanto las opiniones de I como las de DR usaron texto e imágenes fijas en todos los casos (100%). Por otro lado, se establece que, ni las columnas de I ni las de DR, integraron, en algún caso, sonido.

Segundo, se apunta que, en relación con dos de los elementos, las opiniones de I y las de DR procedieron de modos distintos; al respecto, también se establecerán dos precisiones adicionales. Por un lado, se indica que sólo las columnas de I incorporaron infografías y, por otro lado, que solamente las opiniones de DR utilizaron videos.

B. Modo de articulación.

En relación con este aspecto de la multimedialidad, se establecerán dos indicaciones. En primer lugar, se señala que, al cotejar las columnas de ambos cibermedios tomando en consideración el número de modos de articulación de componentes multimediales que, en cada conjunto, se usaron, se advirtió que los dos grupos de opiniones utilizaron la misma cantidad: sólo uno.

En segundo lugar, se establece que, al parangonar las columnas de los dos periódicos digitales teniendo en cuenta el/los tipo/s de modos de articulación de elementos multimediales que, en cada conjunto, se usaron, se observó que, en relación con todas las posibilidades discernidas, ambos grupos de opiniones se comportaron de la misma manera. Al respecto, se detalla, por un lado, que, en ambos conjuntos de columnas – y en todos los casos de cada uno –, se verificó la utilización de la estructura axial o lineal

del tipo unilineal o consecutiva; y, por otro lado, que ni en las opiniones de I ni en las de DR pudo advertirse el uso de alguna de las otras estructuras.

3. Interactividad.

A. *Interactividad selectiva.*

En vinculación con esta dimensión de la interactividad, se establecerán dos indicaciones. En primer lugar, se apunta que, al contrastar las columnas de ambos ciberdiarios asumiendo como criterio para hacerlo el número de manifestaciones de esta interactividad que se utilizaron en cada grupo, se verificó que cada conjunto de opiniones incluyó una cantidad distinta; en relación con esto, se especifica que I usó 1 mientras que DR, 3.

En segundo lugar, se indica que, al contrastar las opiniones de ambos ciberdiarios tomando en consideración el/los tipo/s de expresiones de esta clase de interactividad que, en cada grupo, se incluyeron, se observaron varias cosas.

Primero, se señala que, en vinculación con 7 manifestaciones de esta interactividad, las columnas de los dos cibermedios se comportaron de la misma manera; al respecto, se harán dos precisiones. Por un lado, se indica que las opiniones de ambos periódicos digitales integraron enlaces. A su vez, se establece que, al parangonar las columnas de los dos periódicos digitales teniendo en cuenta el porcentaje de opiniones de cada grupo en las que se usaron los recursos señalados, no se advirtieron diferencias; tanto I como DR lo hicieron en todas las oportunidades (100%).

Por otro lado, se apunta que, en ninguno de ambos grupos de columnas, se advirtió la inclusión de las siguientes alternativas: RSS del autor y/o de la sección, alertas

informativas del autor y/o de la sección, modificación del color de la letra, acceso a la versión *sólo texto*.

Segundo, se indica que, en relación con dos expresiones de esta interactividad, las opiniones de I y DR actuaron de modos distintos; en vinculación con esto, se especifica que sólo en las columnas de DR se verificó la oferta de las posibilidades de imprimir y de modificar el tamaño de la fuente.

B. Interactividad comunicativa.

En relación con esta forma de la interactividad, se realizarán dos indicaciones. En primer lugar, se señala que, comparando las columnas de ambos cibermedios según la cantidad de expresiones de este tipo de interactividad que se usaron en cada grupo, se advirtió que, en las opiniones de cada periódico digital, se incluyó un número distinto; al respecto, se detalla que I utilizó 5 de los 12 tipos discernidos mientras que DR se sirvió de 6 de ellos.

En segundo lugar, se indica que, al contrastar las opiniones de ambos ciberdiarios tomando en cuenta la/s clase/s de manifestaciones de esta interactividad que se incluyeron en cada grupo, se observó que, en vinculación con todas las expresiones distinguidas, las columnas de ambos cibermedios se comportaron de una misma forma; al respecto, se establecerán dos precisiones.

En segundo lugar, se indica que, al contrastar las opiniones de ambos ciberdiarios tomando en cuenta la/s clase/s de manifestaciones de esta interactividad que se incluyeron en cada grupo, pudieron establecerse dos cosas.

Primero, se indica que, en relación con once de las expresiones de esta interactividad, las columnas de los dos ciberperiódicos se comportaron de la misma manera; al

respecto, se establecerán dos especificaciones. Por un lado, se indica que las columnas de ambos diarios digitales incluyeron las redes sociales del autor, posibilitaron que los usuarios compartieran las columnas a través de las redes sociales, permitieron que sus lectores realizaran comentarios, demandaron que, para hacerlos, se registraran y también les ofrecieron la alternativa de calificar las expresiones de los otros usuarios.

Se indica, a su vez, que, al contrastar ambos grupos tomando como criterio el porcentaje de columnas de cada conjunto en las que se incorporaron los citados recursos, se observó que tanto I como DR permitieron compartir a través de las redes sociales en todos los casos (100%); que I (71,11%) se ubicó por encima de DR (38,5%) en cuanto a la inclusión del twitter del columnista; que I (95,55%) permitió en un mayor número de oportunidades que DR (84,61) se realizaran comentarios; y que, en todos los casos en los que posibilitaron a sus usuarios comentar, ambos cibermedios les exigieron, para poder hacerlo, que se registraran y, a su vez, les brindaron la opción de valorar las expresiones de sus pares.

Por otro lado, se establece que, ni en las columnas de I ni en las de DR, se verificó la inclusión opciones tales como la de comunicarse con el autor a través de su mail, la de realizar un chat con los autores, la de visitar o acceder al blog de los columnistas dentro del cibermedio, la de realizar encuestas relacionados con el contenido de la columna leída, la de calificar las opiniones consultadas ni la de moderar los comentarios de los usuarios.

Segundo, se apunta que, en vinculación con una manifestación de esta dimensión e la interactividad, las columnas de I y DR se comportaron de maneras distintas; al respecto, se detalla que sólo en las opiniones de DR se brindó al posibilidad de compartir la columna consultada a través del correo electrónico.

C. Interactividad productiva.

En vinculación con esta dimensión de la interactividad, se establecerán dos señalamientos. En primer lugar, se apunta que, al cotejar las opiniones de ambos cybermedios tomando en consideración el número de expresiones de esta interactividad que, en cada conjunto, se incluyeron, se advirtió que ninguno de los grupos de columnas incorporó alguna.

En segundo lugar, se establece que, al parangonar las opiniones de I y DR asumiendo como criterio la/s clase/s de manifestaciones de esta interactividad que, en cada conjunto, se integraron, se observó que, en relación con todas las expresiones discernidas, los dos grupos de columnas se comportaron de la misma manera; al respecto, se especifica que, en ninguna de las columnas, se verificó el uso de algunas de las manifestaciones de la interactividad productiva.

III. Tercera comparación: las columnas de los cuatro cybermedios seleccionados.

1. Hipertextualidad.

A. Enlaces.

En relación con este aspecto de la hipertextualidad, se harán dos indicaciones. En primer lugar, se apunta que, al comparar las columnas de los cuatro diarios digitales tomando como criterio la cantidad de tipos de enlaces que, en cada grupo, se incluyeron, se observó que los cuatro conjuntos de opiniones incorporaron una cantidad diferente; al respecto, se recuerda que, en las de LN, se utilizaron 13 clases de hipervínculos, que, en las de I, se usaron 11, que, en las de C, se integraron 10 y que, en las de DR, se incorporaron 7.

En segundo lugar, se indica que, al cotejar las columnas de los cuatro periódicos digitales teniendo en consideración el/los tipo/s de enlaces que, en cada grupo, se incorporaron, se advirtieron seis cosas.

Primero, se señala que, en relación con siete clases de hipervínculos, las columnas de los cuatro cybermedios se comportaron del mismo modo; en tal sentido, se harán dos precisiones. Por un lado, se indica que, en todos los conjuntos de opiniones, se incluyeron enlaces semánticos cronológicos y de definición, superpuestos, internos, de autor y de sustitución. A su vez, se señala que, contrastando las opiniones de los cuatro periódicos digitales teniendo en cuenta el porcentaje de opiniones de cada conjunto que incluyeron los citados recursos, pudo verificarse que, en el caso de los hipervínculos semánticos de definición, LN, I y DR los utilizaron en todos los casos (100%) mientras que C lo hizo en una cantidad menor de oportunidades (66,21%); que, en relación con la inclusión de enlaces internos, de autor y de sustitución, LN, I y DR (100%) superaron a C (94,59%); que, en el caso de los hipervínculos de superpuestos, DR (100%) se ubicó primero, I (92,22%) segundo, C (86,48%) tercero y LN (41,05), último; y que, en vinculación con la utilización de los enlaces semánticos cronológicos, I (92,22%) se posicionó primero, C (86,48%) segundo, LN (48,42%) tercero y DR (38,46%), último. Por otro lado, se establece que, en las opiniones de ninguno de los cuatro periódicos digitales, se incluyeron enlaces de lector.

Segundo, se establece que, en vinculación con tres tipos de hipervínculos, las columnas de C, LN e I actuaron de la misma manera y las de DR, de una distinta; se detalla que, solamente en las opiniones de los tres primeros diarios digitales, se incorporaron enlaces semánticos relacionados, incrustados y de superposición. Se señala, asimismo, que, parangonando las opiniones de estos tres cyberperiódicos según el porcentaje de columnas de cada conjunto que utilizó los referidos recursos, pudo advertirse que I

(53,33%) superó a LN (40%) y también a C (37,83%) en el caso de los enlaces semánticos relacionados; que LN (100%) e I (100%) superaron a C (66,21%) en el nivel de inclusión de enlaces incrustados; y que LN (44,21) se ubicó por encima de I (13,33%) y de C (1,35%) en el caso de los enlaces de superposición.

Tercero, se apunta que, en relación con dos clases de hipervínculos, las opiniones de C, LN y DR procedieron de la misma forma mientras que I lo hizo de otra; al respecto, se precisa, por un lado, que sólo en las columnas de los tres primeros periódicos digitales se incluyeron – y se lo hizo en todos los casos analizados – enlaces estructurales; y, por otro lado, que, solamente en las de I, se integraron hipervínculos externos.

Cuarto, se establece que, en vinculación con dos tipos de enlace, las columnas de C, I y DR actuaron de un modo mientras que las de LN, de otro; al respecto, se especifica que sólo en las de este último cibermedio se incluyeron hipervínculos de actualización e hipervínculos intrínsecos.

Quinto, se indica que, en relación con una clase de enlaces, las columnas de LN e I asumieron un curso de acción mientras que las de C y DR, otro; en vinculación con esto, se detalla que sólo las opiniones de los dos primeros incluyeron hipervínculos semánticos documentales; en este aspecto, LN (30,52%) exhibió un nivel de uso de este tipo de hipervínculos mayor que el de I (2,22%).

B. Estructura.

En vinculación con este aspecto de la hipertextualidad, se harán dos especificaciones. En primer lugar, se indica que, al comparar las columnas de los cuatro cibermedios teniendo en cuenta el número de estructuras que, en cada grupo, se utilizaron, se advirtió que los cuatro conjuntos de opiniones usaron una misma cantidad; se precisa que tanto C, como LN, I y DR utilizaron sólo 1.

En segundo lugar, se establece que, al contrastar las columnas de los cuatro periódicos digitales asumiendo como criterio la/s clase/s de estructuras que, en cada grupo, se incluyeron, se observó que, en relación con todas las opciones distinguidas, los cuatro conjuntos de columnas actuaron de la misma manera. En tal sentido, se precisa, por un lado, que, en todos los grupos de opiniones – y en todos los casos de cada uno – se usó la estructura axial o lineal del tipo unilineal o consecutiva; y, por otro lado, que, en ninguno de los conjuntos de columnas, se experimentó con alguno de los restantes tipos de estructuras.

2. Multimedialidad.

A. Elementos.

En vinculación con esta dimensión de la multimedialidad, se establecerán una serie de señalamientos. En primer lugar, se indica que, al contrastar las columnas de los cuatro diarios digitales tomando en consideración el número de elementos multimediales que, en cada grupo, se incluyeron, se observó, por un lado, que tres conjuntos de opiniones incluyeron una misma cantidad y, por otro lado, que el restante integró una diferente; se precisa que LN, I y DR utilizaron 3 componentes y que C usó 2.

En segundo lugar, se apunta que, al cotejar las opiniones de los cuatro ciberdiarios asumiendo como criterio el/los tipo/s de componentes multimediales que se incluyeron en cada grupo, se advirtieron tres cosas.

Primero, se establece que, en relación con tres elementos, las columnas de los cuatro ciberdiarios se comportaron del mismo modo; en tal sentido, se harán dos indicaciones. Por un lado, se señala que, en las opiniones de todos los periódicos digitales analizados, se utilizaron los elementos textuales e imágenes fijas. A su vez, se señala que, cotejando las columnas de los cuatro ciberperiódicos según los porcentajes de casos de cada grupo

en los que se incorporaron los citados elementos, se observó que los cuatro conjuntos de opiniones usaron el texto en todos los casos (100%); y que I y DR (100%) superaron a C (71,26%) que, a su vez, se posicionó por encima de LN (64,21%) en lo que respecta al uso de imágenes fijas. Por otro lado, se indica que, en ningún grupo de columnas, se incluyó, en ninguno de los casos analizados, sonido.

Segundo, se apunta que, en vinculación con un componente, C, LN y DR procedieron de un modo e I de otro distinto; al respecto, se precisa que sólo en las columnas de este último ciberperiódico se integraron infografías (en realidad, sólo en una de las columnas analizadas de este cibermedio se incluyó una infografía).

Tercero, se establece que, en relación con un elemento, las opiniones de LN y de DR actuaron de una manera mientras que las de I y C, de otra: sólo las columnas de los dos primeros periódicos digitales usaron videos. A su vez, se señala que, al cotejar las columnas de estos dos cibermedios teniendo en cuenta el porcentaje de opiniones de cada diario digital en las que aparece este recurso, se advierte que DR (15,38%) superó a LN (3,15%).

B. Modo de articulación.

En relación con este aspecto de la multimedialidad, se establecerán dos precisiones. En primer lugar, se indica que, al comparar las columnas de los cuatro periódicos digitales teniendo en cuenta la cantidad de formas de articulación de componentes multimediales que, en cada grupo, se usaron, se observó que los cuatro conjuntos de opiniones utilizaron un mismo número, uno.

En segundo lugar, se establece que, al parangonar las columnas de los cuatro cibermedios asumiendo como criterio el tipo de modo de articulación de componentes multimediales que, en cada grupo, se utilizaron, se advirtió que, en vinculación con las

dos opciones discernidas, todos los conjuntos de opiniones se comportaron de la misma manera; al respecto, se detalla, por un lado, que, en todos los grupos de opiniones – y en todos los casos analizados en cada uno –, se verificó el uso de la de yuxtaposición; y, por otro lado, que, en ninguno de los conjuntos, se advirtió la utilización de la de integración.

3. Interactividad.

A. Interactividad selectiva.

En relación con esta dimensión de la interactividad, se establecerán dos reflexiones. En primer lugar, se señala que, al cotejar los cuatro grupos de columnas tomando en consideración el número de expresiones de esta interactividad que, en cada conjunto, se incorporaron, se observó que dos grupos incluyeron una misma cantidad y que otros dos, una diferente; al respecto, se recuerda que, en las opiniones de LN y DR, se advirtió la presencia de 3 y que, en las de C e I, se verificó la utilización de 1.

En segundo lugar, se apunta que, al comparar las columnas de los cuatro diarios digitales teniendo en cuenta el/los tipo/s de manifestaciones de esta modalidad de interactividad que, en cada conjunto, se integraron, se observaron distintas cosas; en vinculación con esto, se harán dos especificaciones.

Primero, se indica que, en vinculación con siete expresiones de esta interactividad, las columnas de los cuatro cibermedios se comportaron del mismo modo; en tal sentido, se establecerán dos precisiones adicionales. Por un lado, se indica que, en todos los grupos de opiniones, se incluyeron enlaces. Se establece, al mismo tiempo, que, si se comparan los cuatro conjuntos de columnas teniendo en cuenta el porcentaje de opiniones de cada grupo en los que se utilizó este recurso, se advierte que LN, I y DR lo hizo en un mismo nivel (100%) mientras que C, en uno más bajo (94,59%).

Por otro lado, se señala que, en ninguno de los cuatro grupos de columnas, se observó la inclusión de alternativas tales como el acceso a RSS del autor y/o de la sección, la suscripción a alertas informativas del autor y/o de la sección, la modificación del color de la fuente y la visita a una versión "sólo texto" de la columna consultada.

Segundo, se apunta que, en relación con dos manifestaciones de esta interactividad, las columnas de LN y DR actuaron de una manera mientras que las de C e I, de otra distinta; al respecto, se precisa que, en las de LN y DR, se ofrecieron las posibilidades de imprimir y de modificar el tamaño. A su vez, se indica que, si se cotejan estos grupos de opiniones tomando como criterio el porcentaje de casos de cada conjunto en los que se integraron dichas opciones, no se aprecian diferencias; ambas alternativas están ofrecidas en todos los casos (100%) de ambos grupos de columnas.

B. Interactividad de comunicación.

En vinculación con este modo de la interactividad, se realizarán dos indicaciones. En primer lugar, se señala que, al comparar las columnas de los cuatro cibermedios teniendo en cuenta la cantidad de manifestaciones de esta interactividad que, en cada grupo, se incluyen, pudo advertirse que dos conjuntos de opiniones integraron un mismo número, que uno integraba una cantidad distinta y que, el restante, utilizaba otro número; al respecto, se vuelve a mencionar que, en las columnas de LN y C, se usaron 8; que, en las de DR, se incluyeron 6; y que, en las de I, se incorporaron 5.

En segundo lugar, se apunta que, al cotejar las columnas de ambos periódicos digitales teniendo en cuenta la/s clase/s de expresiones de la presente interactividad que, en cada grupo, se usaron, se percibieron tres cosas.

Primero, se señala que, en relación con nueve manifestaciones de esta interactividad, las columnas de los cuatro periódicos digitales se comportaron del mismo modo; al

respecto, se establecerán dos especificaciones. Por un lado, se indica que las columnas de los cuatro cybermedios incluyeron el twitter del autor, permitieron compartir la opinión a través de las redes sociales, ofrecieron a los usuarios la posibilidad de comentar, les exigieron, para hacerlo, que se registraran y también les permitieron calificar las expresiones de sus pares. A su vez, se apunta que, contrastando las columnas de los cuatro periódicos digitales según el porcentaje de casos en los que, en cada grupo, se usan los referidos recursos, se observó que los cuatro conjuntos posibilitaron compartir las columnas a través de las redes sociales en todos los casos (100%); que, en relación con la inclusión del twitter del columnista, I se ubicó primero (71,11%), DR segundo (38,5%), LN tercero (23,15%) y C último (16,21%); que, en el caso de posibilitar a los usuarios comentar, I (94,44%) se posicionó primero, LN (90,52%) segundo, DR (84,61%) tercero y C último (43,24%); y que, en todas las oportunidades en las que habilitaron que sus usuarios se expresaran, todos los cybermedios les demandaron, para poder hacerlo, que se registraran y, a la vez, les permitieron que valorasen las publicaciones de otros lectores.

Por otro lado, se señala que, en ninguno de los cuatro conjuntos de columnas, se observó la utilización de opciones tales como la posibilidad de chatear con los columnistas, la de visitar o consultar el blog de los especialistas dentro del cyberperiódico, la de completar encuestas vinculadas con las temática abordada en las columnas o la de calificar la opinión leída.

Segundo, se establece que, en vinculación con una expresión de esta interactividad, las opiniones de LN, C y DR actuaron de una misma manera mientras que las de I, de otra; al respecto, se precisa que sólo en las opiniones de los tres primeros cybermedios se verificó la inclusión de la posibilidad de compartir la columna a través del correo electrónico de los autores. A su vez, se apunta que, comparando las columnas de estos

tres diarios digitales tomando en consideración el porcentaje de casos de cada grupo en los que se incorporó este recurso, se advierte que los tres lo hicieron en todos los casos (100%).

Tercero, se establece que, en relación con dos manifestaciones de esta interactividad, las opiniones de C y de LN procedieron de un modo y las de I y DR, de otro; al respecto, se señala que solamente en las columnas C y LN se advirtió la inclusión del email de los columnistas y apelación a la moderación de los comentarios de los usuarios. Asimismo, se recuerda que, si se contrastan las opiniones de estos dos ciberdiarios tomando como criterio el porcentaje de casos de cada conjunto en los que se incluyeron tales recursos, se percibe que, en el caso de la incorporación del mail de los especialistas, C (25,67%) superó a LN (12,63%); y que, en el del uso de la moderación de los comentarios, LN (90,52%) se ubicó encima de C (43,24%)

C. Interactividad productiva.³⁴

En relación con esta dimensión de la interactividad, se establecerán dos señalamientos. En primer lugar, se apunta que, al comparar las columnas de los cuatro periódicos digitales teniendo en cuenta la cantidad de manifestaciones de esta interactividad que, en cada conjunto, se incluyeron, se observó que ningún conjunto de opiniones incluyó alguna.

³⁴ En relación con esto, se considera apropiado señalar, por un lado, que ninguno de los cuatro cibermedios evaluados le ofrece a sus usuarios la opción de publicar contenidos ni la de tener blogs dentro de su marco; y, por otro lado, que, por tales motivos, resulta lógico que, en las columnas de cada diario digital que se analizaron, no se haya advertido que se indicara o estimulase que los usuarios: a. publicaran, en cada periódico digital, productos vinculados con el asunto sobre el que hubiera versado cada opinión; b. que utilizaran sus blogs dentro del ciberdiario para expresarse sobre la materia sobre la que, en cada caso, hubiera tratado cada columna.

En segundo lugar, se señala que, al parangonar las columnas de los cuatro ciberdiarios asumiendo como criterio el tipo de expresión de esta interactividad que, en cada grupo, se incorporaron, se advirtió que, en relación con todas las manifestaciones discernidas, los cuatro grupos se comportaron del mismo modo: ninguno incluyó ninguna de las citadas alternativas.



CONCLUSIONES.



Universidad de
San Andrés

I. CONSIDERACIONES FINALES.

En los últimas dos décadas, el ejercicio del ciberperiodismo se ha profundizado en todo el planeta; Argentina, no ha sido la excepción. En el citado lapso, no sólo los medios tradicionales han lanzado sus versiones web sino que también han surgido numerosos diarios digitales que sólo funcionan en Internet. Es, precisamente, la relevancia que, tanto en el país como en el resto del mundo, ha adquirido el ciberperiodismo lo que torna necesario su estudio.

El presente trabajo se inscribe dentro del marco de aquellos que buscan encarar dicha labor; en particular, esta investigación se propuso configurar un modesto aporte en la determinación del uso o presencia de los rasgos del lenguaje ciberperiodístico en las columnas publicadas en los cibermedios argentinos (y, en particular, en C, LN, I y DR).

En tal sentido, puede señalarse que, a partir del trabajo realizado, se pudieron confirmar las hipótesis propuestas en la introducción de este estudio; en particular, se establece que:

- Las columnas de los periódicos digitales argentinos usan algunas expresiones de las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad; luego de verificarse esto, también se establecieron la cantidad y los tipos de manifestaciones de los distintos aspectos discernidos dentro de cada rasgo del lenguaje ciberperiodístico que se utilizaron en cada uno de los cuatro grupos de opiniones analizados.
- En relación con las comparaciones de las opiniones de los dos cibermedios que cuentan con referentes impresos, se observó:

- a. Al compararlas tomando en consideración el primer criterio señalado, que, en el caso de algunos de los aspectos discernidos dentro de cada rasgo del lenguaje ciberperiodístico, los dos conjuntos de columnas usaron la misma cantidad de sus respectivas manifestaciones y que, en el caso de otras de las aludidas dimensiones, ambos grupos de opiniones usaron números diferentes de sus correspondientes expresiones.
- b. Al contrastarlas teniendo en cuenta el segundo criterio, que, en el caso de ciertas categorías distinguidas en el marco de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, los dos conjuntos de columnas actuaron del mismo modo en vinculación con todas sus respectivas manifestaciones; y que, en el caso de otras de las referidos dimensiones, los dos grupos de opiniones se comportaron de una misma manera en relación con ciertas de sus correspondientes expresiones y de formas diferentes en vinculación con otras.
- En relación con las confrontaciones de las columnas de los dos cibermedios que sólo funcionan en la web, se advirtió:

a. Al cotejarlas tomando en consideración el primer criterio, que, en el caso de algunos de los aspectos discernidos en dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad, los dos conjuntos de opiniones incorporaron el mismo número de sus respectivas manifestaciones; y que, en el caso de otras de las citadas dimensiones, integraron números distintos de sus correspondientes expresiones.

- b. Al parangonarlas con el segundo de los criterios indicados, que, en el caso de algunos de los aspectos distinguidos en el marco de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad, los dos grupos de columnas se condujeron del mismo modo en relación con todas sus respectivas manifestaciones; y que, en el caso de otras de las referidas dimensiones, los dos conjuntos de opiniones actuaron de la misma manera en vinculación con algunas de sus correspondientes expresiones y de una forma distinta en relación con otras.
- En vinculación con los cotejos de las columnas de los todos los diarios digitales seleccionados, es decir, tanto las de aquellos que cuenten con versiones en papel como las de aquellos que fueron desarrollados exclusivamente para la web, se observó:
 - a. Al compararlas con el primer criterio referido, que, en el caso de algunas de las dimensiones discernidas dentro de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, todos los grupos de opiniones usaron la misma cantidad de sus respectivas expresiones; que, en el caso de otras de los citados aspectos, algunos conjuntos de columnas utilizaron un número de sus correspondientes manifestaciones y otros, uno distinto; y que, en el caso de otras de las aludidas dimensiones, todos los grupos de opiniones incorporaron cantidades diferentes de sus respectivas expresiones.
 - b. Al contrastar con el segundo criterio indicado, que, en el caso de algunas de los aspectos distinguidos en el marco de cada rasgo del lenguaje

ciberperiodístico, los cuatro conjuntos de columnas se comportaron del mismo modo en relación con todas las/sus correspondientes manifestaciones; y que, en el caso de otras de tales dimensiones, los distintos grupos de opiniones actuaron de la misma forma en vinculación con algunas sus respectivas expresiones y de manera diferente en relación con otras.

El ciberperiodismo ha experimentado múltiples y, muchas veces, imprevistas modificaciones y cambios a lo largo de sus dos décadas de existencias; el panorama que, en este trabajo, se expone acerca de la utilización que, en las columnas de los citados ciberdiarios argentinos, se hace de los rasgos propios del lenguaje ciberperiodístico no representa más que una fotografía que sólo hace foco en un pequeño aspecto del proceso de desarrollo de esta nueva forma de hacer periodismo.

En relación con la dimensión del citado proceso cuyo estudio se privilegió en este trabajo – es decir, la utilización que, en las columnas actuales de los cibermedios argentinos, se hace de los rasgos propios del lenguaje periodístico en la web –, se considera legítimo proponer una serie de líneas de investigación que surgen de la reflexión y el trabajo que, en este estudio, se ha hecho; en particular, se estima que resultaría productivo:

- Investigar la cantidad y los tipos de expresiones de las dimensiones distinguidas dentro de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad que utilizan las columnas de otros cibermedios argentinos y, asimismo, establecer comparaciones que, teniendo en cuenta los criterios indicados, incluyan tales grupos de opiniones y también los conjuntos que se analizaron en este estudio; de tal manera, se podría ampliar y complejizar el retrato que, sobre el tema abordado, se presentó en esta investigación.

- Comparar, con los criterios señalados, las columnas actuales de los cibermedios con aquellas que, en cada uno de ellos que se elija analizar, se publicaron en el pasado; así se podría alcanzar una imagen dinámica en la que se reflejaría si, con el paso del tiempo, las opiniones fueron incorporando (o no) más cantidad y más clases de expresiones de las distintas dimensiones distinguidas en el marco de la hipertextualidad, de la multimedialidad y de la interactividad.
- Estudiar cuáles son, en términos de la cantidad y del tipo de expresiones de los diferentes aspectos discernidos en el marco de los rasgos propios del lenguaje ciberperiodístico que pueden incluirse en las columnas, las preferencias de los usuarios y también establecer, con mayor amplitud y precisión, lo que, sobre el uso apropiado las citadas manifestaciones en las opiniones, consideran los columnistas, los editores de las secciones en las que se publican las columnas y los académicos del área;³⁵ así se podría profundizar el conocimiento relativo a las prescripciones y/o consejos que, a la hora utilizar los rasgos propios del lenguaje ciberperiodístico en ellas, deberían respetarse o, por lo menos, tenerse en cuenta al concebir una columna.
- Establecer, construyendo escalas que tengan en cuenta los consejos o prescripciones resultantes de las investigaciones sugeridas en el punto previo y también las establecidas en otros trabajos que, en el pasado, hayan abordado, de

³⁵ En esta instancia, resulta posible indicar que, para todo aquel que se proponga realizar un estudio inscripta en el marco de la primera línea de investigación sugerida en este punto, el trabajo *Webnoticia. Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW* de Joao Canavilhas (2007) puede resultar una referencia útil e importante; se recuerda que, en tal trabajo, el académico brasileiro alcanza a proponer un modelo de webperiodismo a partir de establecer, mediante técnicas empírico – experimentales, las preferencias de los usuarios en relación con el uso de los rasgos del lenguaje ciberperiodístico.

algún modo, este tema, el nivel de aprovechamiento que las columnas de los cybermedios nacionales hacen de los rasgos propios del lenguaje periodístico en la web; de esta manera, se podría, tomando como criterio los resultados alcanzados en cada caso, construir un ranking con las columnas que se evalúen.³⁶

En definitiva, no se considera apropiado concluir la exposición sin establecer, por un lado, que las proposiciones indicadas no se comprenden como propuestas cerradas o rígidas sino como simples sugerencias abiertas a la debate, a los cambios y a los replanteos; y, por otro lado, que, con la formulación de tales propuestas, sólo se busca estimular la reflexión y el interés sobre el objeto que se abordó en este trabajo y también la realización de nuevas investigaciones que permitan continuar ampliando el escaso conocimiento que, hasta el momento, existe sobre el mismo.

En este punto, se indica, a modo de reflexión, que, desde la óptica de este trabajo, los estudios que se propongan analizar el nivel de aprovechamiento (mucho/alto o bajo/poco) que, de los rasgos definitorios de lenguaje periodístico en la web, hace un determinado género cyberperiodístico deberían construir sus respectivas escalas partiendo de investigaciones que hubieran establecido cuáles son la cantidad y los tipos de tales rasgos que resulta aconsejable que integre el género que eligieron para estudiar;

³⁶ En este punto, se indica, sólo a modo de reflexión, que, desde la óptica de este trabajo, los estudios que se propongan analizar el nivel de aprovechamiento (mucho/alto o bajo/poco) que, de los rasgos definitorios de lenguaje periodístico en la web, hace un determinado género cyberperiodístico deberían construir sus respectivas escalas partiendo de investigaciones que hubieran establecido cuál es la cantidad y los tipos de tales rasgos que resulta aconsejable que integre el género que eligieron para estudiar; no se considera lo más apropiado que se utilice la misma escala para analizar todos los tipos de contenidos cyberperiodísticos ya que, por su particularidades, cada género no necesariamente tendrá que incluir, para que se considere que los aprovecha adecuadamente, la misma cantidad ni los mismos tipos de rasgos del lenguaje cyberperiodístico.

no se considera apropiado que se utilice una escala única para todos los tipos de contenidos ciberperiodísticos ya que, por su particularidades, cada género no necesariamente tendrá que incluir, para que se considere que los aprovecha adecuadamente, la misma cantidad ni los mismos tipos de rasgos del lenguaje ciberperiodístico.



Universidad de
San Andrés

BIBLIOGRAFÍA.

Alonso, J. y Martínez, L. (2003). Medios Interactivos: caracterización y contenidos. En Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 261 - 308). Barcelona, España: Ariel.

Alonso, J. (2010). Cibermedios, conceptualización y tipologías. En Cabrera González, M. (Coord.), *Evolución tecnológica y cibermedios* (pp.21-38). Zamora, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Bardoel, J. y Deuze M. (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review*, 23 (2), pp.91-103. Recuperado de

<http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf>

Barrios Puga, A. (2013). El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades (Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Santiago de Compostela). Recuperado de

http://dspace.usc.es/bitstream/10347/9558/1/rep_540.pdf

Bergero, F., Espiño, S., Solaro, L. (2012). Interactividad y multimedialidad en los sitios digitales de la Patagonia. En Rost, A. y Bergero, F. (Eds.), *Periodismo en contexto de convergencia* (pp. 101 – 126).

Boczkowski, P. J. y De Santos, M. (2007). When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers. *Political Communication*, 24 (2), 167 – 180. Recuperado de

http://www.indiana.edu/~rkcsi/Speakers/SpeakerFiles/2007/PBoczkowski_paper.pdf

Borsotti, C. A. (2007). *Temas de metodología de la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila.

Canavilhas, J. (Mayo, 2001). *Webjornalismo. Consideracoes gerais sobre jornalismo na web*. Trabajo presentado en el I Congreso Ibérico de Comunicación "La sociedad de la comunicación en el siglo XXI", organizado por la Universidad de Málaga. Málaga, España. Recuperado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>

Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia. Propuesta de modelo periodístico para la WWW*. s/d:LabCom. Recuperado de http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf

Canavilhas, J. (2008). Cinco Ws e un H para o jornalismo na web. *Prisma.com. Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC*, 7, pp. 153 – 172. Recuperado de <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/678/pdf>

Canavilhas, J. (2009). Los efectos del vídeo en la noticia web. *Trípodos*, 25, 147 – 161. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/144346/196148>

Cánovas, J. F. (2003). Los géneros argumentativos. En Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 525 – 554). Barcelona, España: Ariel.

Cebrián Herreros, M. (2009). Comunicación interactiva en los cybermedios. *Revista Comunicar*, 17 (33), 15-24. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=33&articulo=33-2009-03>

Chirinos, E. (2006). Nuevas etapas evolutivas de los cibermedios: caso www.laverdad.com. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 7(17), 109 – 137.

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170118739006>

Coca, C. y Peñalba, J. L. (1998). *Modelos de los medios de comunicación*. Bilbao, España: Universidad del País Vasco.

Codina, L. (2003). Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación. En Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 141 – 194). Barcelona, España: Ariel.

Daltoa, A. (2003). Promessas, desafios e ameaças das tecnologias digitais. s/d. Recuperado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/daltoa-andrelise-promessas-desafios-tecnologias-digitais.pdf>

De Pablos Coello, J. M. (2001). Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 57 – 67. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110057A/12812>

Díaz Noci, J. y Meso Ayerdi, K. (1998). Desarrollo del periodismo electrónico. *El profesional de la información*, 7 (12), pp. 4 – 11. Recuperado de http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/1998/diciembre/desarrollo_d_el_periodismo_electronico.html

Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (2003a). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, España: Ariel.

Díaz Noci J. y Salaverría, R. (2003b). Introducción. En Autores (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 15 – 48). Barcelona, España, Ariel.

Díaz Noci y Salaverría, R. (2003c). Hipertexto periodístico: teorías y modelos. En Autores (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 81 – 140). Barcelona, España, Ariel.

Díaz Noci, J. (Noviembre, 2004). *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. Trabajo presentado en el II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, organizado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España. Recuperado de <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>

Díaz Noci, J. (2006). La interactividad y el periodismo online: una aproximación teórica a la cuestión. *Diálogos Possíveis*, 5 (2), 7 – 28. Recuperado de http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=61

Díaz Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación*, 6, 53-91. Recuperado en http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/5921/1/n%C2%BAVI_pp53_91.pdf

Deuze, M. (2003). What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies*, 5 (2), 139 – 152. Recuperado de <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/deuzemultimediajs.pdf>

Edo, C. (2003a). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Edo, C. (2003b). Rasgos y normas del estilo ciberperiodístico. En Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 353 – 384). Barcelona, España: Ariel.

Eco, U. (2006). *Cómo se hace una tesis*. Barcelona, España: Gedisa.

Fondevila Gascón, J. F. (Octubre, 2009). *Relación entre multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en la prensa digital española: análisis empírico*. Trabajo presentado en el Congreso Internacional "Sociedad Digital", organizado por la Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de https://www.academia.edu/3197818/Relaci%C3%B3n_entre_multimedialidad_hipertextualidad_e_interactividad_en_la_prensa_digital_espa%C3%B1ola_an%C3%A1lisis_emp%C3%ADrico

Fondevila Gascón, J. F. y Del Olmo Arriaga, J. L. (Noviembre, 2011). *La interactividad y el multimedia en la prensa digital internacional: los casos de España y el Reino Unido*. Trabajo presentado en el III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0: "La transformación del espacio mediático". Bilbao, España. Recuperado de https://www.academia.edu/3208677/La_interactividad_y_el_multimedia_en_la_prensa_digital_internacional_los_casos_de_Espa%C3%B1a_y_el_Reino_Unido

Fondevila Gascón, J. F. (2012a). El peso de la hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo. *Cuadernos de Información*, 30, 31 – 40. Recuperado de <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/420/398>

Fondevila Gascón, J. F. (2012b). El uso de recursos del periodismo digital en la prensa del Reino Unido, Francia, Estados Unidos y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18 (1), 73 – 87. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/39355/37902>

Fondevila Gascón, J. F. (2014). El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 19 (36), 55 – 76. Recuperado de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer36-03-fondevila.pdf>

Franco, G. (2008). *Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción "online"*. Austin, Estados Unidos: Knight Center of Journalism in the Americas. Recuperado de https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf

Franco, G. (2010). Efectos de las tecnologías digitales en el periodismo de América Latina y el Caribe ¿Qué ha cambiado hasta ahora y qué transformaciones vienen? *Sala de Prensa*, 9 (6), 129.

Guallar, J., Rovira, C. y Ruiz, S. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El profesional de la información*, 19 (6), 620 – 629. Recuperado en <http://eprints.rclis.org/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación (4ta edición)*. México D. F., México: McGrawHill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación (5ta edición)*. México D. F., México: McGrawHill.

Hernández Soto, T. (2012). *Cibermedios Latinoamericanos. Caso estudio: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela* [versión Kindle Reader]. Recuperado de http://www.amazon.com/Cibermedios-Latinoamericanos-Argentina-Colombia-Venezuela-ebook/dp/B00A8IMVR4/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1422626029&sr=8-1&keywords=cibermedios+latinoamericanos&pebp=1422626036359&peasin=B00A8IMVR4

Irigaray, F., Ceballos, D. y Manna, M. (Eds.) (2010). *Periodismo Digital. En un paradigma de transición*. Rosario, Argentina: Laborde. Recuperado de http://fundacionlacapital.org.ar/static/descargas/libro-2foro_periodismo_digital.pdf

Irigaray, F., Ceballos, D. y Manna, M. (Eds.) (2013). *Webperiodismo en un sistema líquido*. Rosario, Argentina: Laborde. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/129160270/Irigaray-13-Webperiodismo-en-un-sistema-liquido>

Masip, P., Diaz Noci, J., Domingo, D., Micó Sanz, J. L., Salaverría, R. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El profesional de la información*, 19 (6), pp. 568 – 576. Recuperado de http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/13561/1/investigacion_internacional_sobre_ciberperiodismo.pdf

Masip, P. (2010). El vídeo en los cibermedios: algunas certezas y muchas dudas. *Anuario ThinkEPI*, v. 4, pp. 180-185. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?jsessionid=0527CE0D0476C7E56694C6860AE89A23.dialnet02?codigo=3263905>

Marrero Santana, L. (2008). El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 348 – 367. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/08/29_40_Cuba/latina_art773.pdf

Meso Ayerdi, K., López, G. y Alonso, J. (Diciembre, 2007). *Métodos de catalogación y tipología de cibermedios*. Trabajo presentado en el I Coloquio Internacional Brasil – España sobre Cibermedios, organizado por la Facultad de Comunicación de la

Universidad Federal de Bahía. Bahía, Brasil. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer14-06-lopez.pdf>

Meso Ayerdi, K. (2008). Tipología de los cibermedios vascos y modelos de producto. Estado de la cuestión del estudio del fenómeno del ciberperiodismo desde la UPV – EHU. En López, G. (Ed.), *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet: cibermedios, confidenciales y weblogs* (pp. 47 – 70). Valencia, España: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Recuperado de <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Meso.pdf>

Meso Ayerdi, K., Larrondo Ureta, A., Peña Fernández, S., Santamarina Rivero, D. (2014). Audiencias activas en el ecosistema móvil. Análisis de las opciones de interacción de los usuarios en los cibermedios españoles a través de la web, los teléfonos móviles y las tabletas. *Hipertext.net*, 12. Recuperado de: <http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/274309/364489>

Micó, J. L. y Masip, P. (2008). Recursos multimedia en los cibermedios españoles. Análisis del uso del vídeo en El País.com, El Mundo.es, La Vanguardia.es y Libertad Digital. *Trípodos*, 23, 89 – 105. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118914/154118>

Larrondo Ureta, A. (2009). *Los géneros en la Redacción Ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Bilbao, España: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Larrondo Ureta, A. (2010). Propuesta metodológica para una aproximación empírica a los géneros ciberperiodísticos. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 15(28), 157 – 174. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer29-08-Larrondo.pdf>

Larrondo Ureta, A. y Diaz Noci, J. (2011). La investigación del hipertexto periodístico: una propuesta de análisis. En Piñuel Raigada, J. L., Lozano Ascencio, C. y García Gimenez, A. (Eds.), *Investigar la comunicación en España* (pp. 181 – 194). Fuenlabrada, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos. Recuperado de http://www.aeic.org/tarragona2012/contents/download/InvestigarlaComunicacionenEspana_Abril2011.pdf

López, X., Gago, M., Pereira, X. (2003). Modelos del ciberperiodismo gallego: de la definición a la consolidación en un nuevo entorno. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 8 (14), 97 – 109. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/eu/hemeroteca/gaia/Modelos-del-ciberperiodismo-gallego-de-la-definicion-a-la-consolidacion-en-un-nuevo-entorno/195>

López, X., Limia Fernández, M., Iasi Varela, A., Pereira Fariña, X., Gago Mariño, M., Calvo Diéguez, R. (2005). Tipología de cibermedios. En Salaverría, R. (Ed.), *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España* (39 – 82). Sevilla, España: Comunicación Social.

López García, G. (2005a). Modelos de medios de comunicación: desarrollo de una tipología. En Autor (Ed.), *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (pp. 55 – 88). Valencia, España: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Recuperado de <http://www.vinv.ucr.ac.cr/docs/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/ecosistema-digital.pdf>

Lopez García, G. (2005b). *Modelos de Comunicación en internet*. Valencia: Tirant lo Blanch.

López García, G. (2008). *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*. Valencia, España: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

Recuperado de <http://www.cibermediosvalencianos.es/cibermedios.pdf>

Palacios, M., Díaz Noci, J. (Eds.) (2009). *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao, España:

Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Recuperado en

https://www.academia.edu/584898/Ciberperiodismo_m%C3%A9todos_de_investigaci%C3%B3n._Una_aproximaci%C3%B3n_multidisciplinar_en_perspectiva_comparada

Palácios, M. (2003) Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. En Machado, E. y Palácios, M. (Eds.), *Modelos de Jornalismo Digital* (pp. 13-36). Salvador, Brasil: Gjol y Calandra.

Pavlik, J. L. (2001). *Journalism and new media*. Nueva York, Estados Unidos: Columbia University Press.

Plantín, C. (1998). *La argumentación*. Barcelona, España: Ariel.

Prudkin, G. (Junio, 2013). *Características preliminares del periodismo digital de la provincia de Córdoba a partir de un análisis actual de sus tipos en la Web*. Trabajo presentado en el VI Encuentro Panamericano de Comunicación, organizado por la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina. Recuperado de

<http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/Estudios%20sobre%20periodismo/-Unlicensed-Estudios-sobreperiodismo-Prudkin-Gonzalo.pdf>

Quandt, T. (Noviembre, 2006). *(No) News on the world wide web? A comparative content analysis of journalistic news sites in four European countries*. Trabajo

presentado en la conferencia "Thinking Journalism Across National Boundaries: New Challenges and Emergent Perspectives". Porto Alegre, Brasil.

Quandt, T. (2008). (No) news on the world wide web? A comparative content analysis of online news in Europe and the United States. *Journalism Studies*, 9 (5), 717 – 738.

Recuperado de <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14616700802207664#.VMakHEeG9qU>

Ramírez Gelbes, S. (Abril, 2012). Los títulos en la prensa escrita: del papel a la web. Trabajo presentado en el X Congreso Internacional de Lingüística General, organizado por la Universidad de Zaragoza. Zaragoza, España.

Ramírez Gelbes, S. (Septiembre, 2012). *El periodismo en Internet: acerca del lenguaje en la pantalla*. Trabajo presentado en el III Pentálogo "Interne: viagens no espaço e no tempo", organizado por el Centro Internacional de Semiología y Comunicación. Joao Pessoa, Brasil.

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* (Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona). Recuperado de <http://red-accion.uncoma.edu.ar/Libros/Lainteractividad.pdf>

Rost, A. (2007). Propuestas para un periódico digital interactivo. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 22, 369 – 389. Recuperado de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-19-rost.pdf>

Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 383 – 395. Recuperado de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm

Salaverría, R. (2004a). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 86, pp. 38 – 45. Recuperado de <http://www.oocities.org/es/edgarcajun/lenguaje.pdf>

Salaverría, R., Cores, R., Diaz Noci, J., Meso, K., Larrondo, A. (2004b). Evaluación de los cibermedios en las comunidades vasca y navarra. *Comunicación y Sociedad*, XVII (1), 161 – 189. Recuperado de http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=78

Salaverría, R. (2005a). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona, España: EUNSA.

Salaverría, R. (2005b). An immature médium. Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11. *Gazette: the international journal for communications studies*, 67 (1), 69 – 86. Recuperado en https://www.academia.edu/671068/An_Immature_Medium_Strengths_and_Weaknesses_of_Online_Newspapers_on_September_11

Salaverría, R. (2005c). Hipertexto periodístico: mito y realidad. *Tripodos*, 517 – 524. Recuperado de http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/05/SALAVERRIA_Ramon.pdf

Salaverría, R. y Cores, R. (2005d). Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. En Salaverría, R. (Ed.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España* (pp. 145 – 185). Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Recuperado en http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf

Salaverría, R., López García, X., Fernández Limia, M., Iasi Varela, A., Pereira Fariña, X., Gago Mariño, M., Calvo Diéguez, R. (2005e). Análisis comparativo de cibermedios: Lavanguardia.es, Elmundo.es y Elpais.es. En Salaverría, R. (Ed.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España* (pp. 125 – 144). Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Recuperado de http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7285/1/cap4_analisis_comparativo_de_cibermedios.pdf

Salaverría, R. (2006). Los cibermedios ante las catástrofes: del 11 – S al 11 – M. En Vara, A., Virgili, J.R, Giménez, E., Díaz, M. (Eds.), *Cobertura informativa del 11 – M* (pp. 29 – 45). Pamplona, España: EUNSA. Recuperado en http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5125/1/los_cibermedios_ante_las_catastrofes_de_l_11S_al_11M.pdf

Salaverría, R. (Octubre, 2007a). *La investigación sobre ciberperiodismo en España: Tendencias, resultados y perspectivas*. Trabajo presentado en la Jornada “La convergencia digital en los medios de comunicación valencianos”, organizada por el Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Valencia. Valencia, España. Recuperado de <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Salaverria.pdf>

Salaverría, R. (2007b). Del papel a la web. Evolución y claves del diseño periodístico en Internet. En Larrondo, A. y Serrano, A. (Eds.), *Diseño periodístico en internet* (pp. 207 – 239). Leioa, España: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Recuperado de http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf

Salaverría, R. y Negro Bruna, S. (2013). Caracterización de los cibermedios nativos digitales. En Cabrera, M. A. (Ed.), *Evolución de los cibermedios. De la convergencia*

digital a la distribución multiplataforma (pp. 175 – 180). Madrid, España: Fragua.

Recuperado de

http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/29657/1/caracterizacion_cibermedios_nativos_digitales.pdf

Siapera, E. & Veglis, A. (2012). *The Handbook of Global Online Journalism*. Oxford, Inglaterra: Wiley Blackwell

Tejedor Calvo, S. (2010). Los cibermedios iberoamericanos en la web 2.0. Transformaciones y tendencias de los medios on – line de América Latina, España y Portugal en el contexto de la web social. *Mediaciones Sociales*, 7, 57 – 87. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO1010220057A/21138>

Zamith, F. (2007). O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses. *Prisma.com. Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC*, 4, 33-58. Recuperado de <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/649/pdf>

Zamith, F. (Abril, 2008). *A methodological proposal to analyze the news websites use of potentialities of the Internet*. Trabajo presentado en el IX International Symposium on Online Journalism, organizado por la Universidad de Texas. Texas, Estados Unidos. Recuperado de <https://online.journalism.utexas.edu/2008/papers/Zamith.pdf>

Zamith, F. (2011). *A contextualização no ciberjornalismo* (Tesis doctoral, Facultad de Letras, Universidad de Porto). Recuperado de <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf>

ANEXOS.

En este punto, se señala que los anexos correspondientes a este estudio se presentan, por cuestiones técnicas, en formato digital; en particular, se indica que cada una de las copias impresas de este trabajo que se entreguen estará acompañada por un CD ROM con cuatro archivos:

- a. Ficha – Clarín.xlsx.
- b. Ficha – La Nación.xlsx.
- c. Ficha – Infobae.xlsx.
- d. Ficha – Diarioregistrado.xlsx.
- e. Ranking Comscore – Diciembre 2014.

