



UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Mención Periodismo

Trabajo de Grado

***EL HIPERTEXTO EN LA ESTRUCTURACIÓN DE LAS NOTICIAS DIGITALES
DE EL NACIONAL Y EL UNIVERSAL***

Tesistas: Tatiana Ferrin y José Domingo Guariglia

Tutor: Miladys Rojano

Caracas, julio de 2007

A nuestras familias por acompañarnos en esta odisea y por darnos la fuerza necesaria para llevar a cabo este proyecto, que esperamos que se convierta en un aporte destacado sobre la situación del periodismo digital en Venezuela.

AGRADECIMIENTOS

A la profesora Miladys Rojano, por haber aceptado ser nuestra tutora sin conocernos, por ser una referencia en el fascinante mundo de la comunicación digital y por estar disponible y dispuesta ante cada duda.

A la profesora Caroline de Oteyza, por motivarnos siempre a continuar con el trabajo y por sus enseñanzas metodológicas que permitieron la culminación satisfactoria de este trabajo.

Al profesor Osvaldo Burgos, por su apoyo y sus consejos, y por haber sembrado en nosotros la pasión por la informática y sus aplicaciones en el periodismo.

A los profesores Jorge Ezenarro y Néstor Garrido, porque los conocimientos aprendidos en las áreas metodológica y de redacción estuvieron presentes en cada fase de la realización de este trabajo. Gracias por las enseñanzas que nos dejaron.

RESUMEN

El presente trabajo de grado, titulado *El hipertexto en la estructuración de las noticias digitales de El Nacional y El Universal*, es una investigación descriptiva y no experimental, inscrita en el modelo V de trabajos de grado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, correspondiente al análisis de medios y mensajes.

El objetivo de la investigación fue abordar la aplicación de la teoría hipertextual en la conformación de los avances informativos de los sitios web de los diarios *El Nacional* y *El Universal*, para precisar el nivel de adelanto que existe en esta materia en los diarios venezolanos de mayor trayectoria en la web, y ofrecer las recomendaciones pertinentes para cada caso.

Para el trabajo de grado se consideraron sólo los avances informativos de los dos diarios, ya que son las noticias digitales por excelencia, en las que se pueden manejar con mayor propiedad los criterios de instantaneidad, interactividad y multimedialidad.

Mediante la aplicación de tablas de análisis estructural se evaluaron los titulares, los *teasers*, los *leads*, los cuerpos, la tipografía, los enlaces y los elementos multimedia de 297 avances de *El Nacional* y 339 avances de *El Universal*. En ambos casos el número de la muestra corresponde al 15% de la cantidad de avances publicados durante todos los días de marzo de 2007 hasta las 9 de la noche.

Los valores obtenidos se contaron en función de su presencia o ausencia en los avances analizados, y con base en ello se obtuvo un promedio y un porcentaje por cada tabla.

Los resultados arrojaron grandes semejanzas entre ambos diarios, aunque los principios ciberperiodísticos tienen una mayor aplicación en *El Universal*, pues de las siete categorías analizadas, cinco cumplieron las condiciones, mientras que en *El Nacional* sólo cuatro se ajustaron al ideal del ciberperiodismo.

A través de un seguimiento a ambos diarios durante los meses de abril y mayo, se encontró que mientras *El Nacional* mantiene en general las mismas características, *El Universal* se ha esforzado por la inclusión de vídeos y audio.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	pág. 2
AGRADECIMIENTOS.....	pág. 3
RESUMEN.....	pág. 4
ÍNDICE.....	pág. i
ÍNDICE DE MODELOS DE TABLA.....	pág. v
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	pág. vi
INTRODUCCIÓN.....	pág. 6
MARCO TEÓRICO.....	pág. 10
1. Prensa digital.....	pág. 10
1.1 Incursión de los diarios en la red y su evolución: causas, etapas, características y experiencias más importantes del mundo y de América Latina.....	pág. 10
1.2 Diarios digitales en Venezuela.....	pág. 14
1.2.1 Incursión y evolución de los medios interactivos nacionales.....	pág. 14
1.2.2 Orígenes, evolución y desarrollo de www.el-nacional.com	pág. 15
1.2.3 Orígenes, evolución y desarrollo de www.eluniversal.com	pág. 16
1.2.4 Caracterización de los medios cibernéticos venezolanos.....	pág. 17
2. Hipertexto.	pág. 20
2.1 –Definición.....	pág. 20
2.1.1 Antecedentes de los sistemas hipertextuales (V. Bush, Nelson, Englebart, Tim Berners Lee)	pág. 21
2.1.2 Teorías del hipertexto.....	pág. 24

2.1.3 Características.....	pág. 26
2.1.4 El modelo no lineal en la red.....	pág. 28
2.2 Reconfiguración del texto en el hipertexto.....	pág. 29
2.2.1 Cambio en los contenidos al pasar del texto al hipertexto.....	pág. 29
2.2.2 Nuevas características del texto en los sistemas hipertextuales: fragmentación y dispersión.....	pág. 32
2.2.3 El carácter no verbal del hipertexto.....	pág. 33
2.2.4 Empleo de elementos visuales.....	pág. 35
2.2.5 Nuevo papel del autor.....	pág. 36
2.2.6 La narrativa digital.....	pág. 38
2.2.7 Características y modelos de lectura del discurso hipertextual.....	pág. 42
2.3 Hipertexto e informaciones periodísticas.....	pág. 43
2.3.1 Noción tradicional de las informaciones periodísticas.....	pág. 43
2.3.2 Reconfiguración de la información periodística a partir de la teoría informativa del hipertexto.....	pág. 45
2.3.3 Estructuras hipertextuales del periodismo.....	pág. 48
2.3.4 Jerarquía informativa.....	pág. 51
2.3.5 Géneros informativos.....	pág. 52
2.3.6 Hacia la sociedad interactiva.....	pág. 53
3. La noticia digital.....	pág. 56
3.1 Caracterización.....	pág. 56
3.2 Estructuración de sus elementos.....	pág. 57
3.3 Arquitectura de información.....	pág. 61

3.4 Evolución de la noticia en los medios interactivos.....	pág. 66
3.5 Estudios anteriores sobre la noticia digital.....	pág. 67
MARCO METODOLÓGICO.....	pág. 71
1. Delimitación del problema.	pág. 71
2. Objetivos.....	pág. 72
2.1 Objetivo general.....	pág. 72
2.2 Objetivos específicos.....	pág. 72
3. Justificación.....	pág. 73
4. Tipo de investigación.....	pág. 74
5. Modalidad de tesis.....	pág. 74
6. Investigación documental.....	pág. 75
6.1 El análisis de contenido como método.....	pág. 75
6.2 Arqueo, selección y procesamiento.....	pág. 75
7. Pruebas piloto.....	pág. 77
8. Diseño de investigación.....	pág. 78
8.1 Delimitación de la muestra.....	pág. 79
8.1.1 Universo.....	pág. 79
8.1.2 Población.....	pág. 80
8.1.3 Muestra.....	pág. 80
8.2 Selección del método.....	pág. 82
8.3 Instrumento.....	pág. 86
8.3.1 Definiciones operativas de las categorías de análisis.....	pág. 86
8.3.2 Modelos de tabla.....	pág. 89
8.4 Técnica para el análisis de los resultados.....	pág. 96
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	pág. 97
1. Ficha técnica.....	pág. 97
2. Análisis descriptivo.....	pág. 99

2.1 El Nacional.....	pág. 99
2.2 El Universal.....	pág. 108
3. Análisis comparativo entre medios por indicadores.....	pág. 113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	pág. 123
BIBLIOGRAFÍA.....	pág. 127
ÍNDICE DE ANEXOS	pág. 132
ANEXOS.....	pág. 134

ÍNDICE DE MODELOS DE TABLA

Tabla 1-Marco teórico: Diferencias principales al pasar del texto al hipertexto.....	pág. 30
Tabla 0: Corpus de investigación.....	pág. 89
Tabla 1: Titulares.....	pág. 89
Tabla 2: Teasers.....	pág. 90
Tabla 3: Leads.....	pág. 91
Tabla 4: Cuerpo de la noticia.....	pág. 91
Tabla 5: Tipografía.....	pág. 92
Tabla 6: Enlaces.....	pág. 92
Tabla 7: Elementos multimedia.....	pág. 94
Tabla 8: Seguimiento de los avances informativos con teaser a lo largo del día.....	pág. 95
Ficha técnica.....	pág. 97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cumplimiento de los principios ciberperiodísticos en El Nacional....	pág. 99
Gráfico 2: Cumplimiento de los principios ciberperiodísticos en El Universal..	pág. 108
Gráfico 3: Principios ciberperiodísticos en los titulares.....	pág. 113
Gráfico 4: Principios ciberperiodísticos en el teaser	pág. 114
Gráfico 5: Tipo de teaser de la primera clasificación.....	pág. 114
Gráfico 6: Tipo de teaser de la segunda clasificación.....	pág. 115
Gráfico 7: Principios ciberperiodísticos en el lead.....	pág. 116
Gráfico 8: Preguntas que se responden en el lead... ..	pág. 116
Gráfico 9: Principios ciberperiodísticos en el cuerpo de la noticia.....	pág. 117
Gráfico 10: Principios ciberperiodísticos en la tipografía... ..	pág. 118
Gráfico 11: Presencia de enlaces.....	pág. 119
Gráfico 12: Niveles hipertextuales	pág. 120
Gráfico 13: Hipervínculos del nivel 3	pág. 120
Gráfico 14: Principios ciberperiodísticos en los elementos multimedia.....	pág. 121
Gráfico 15: Presencia de elementos multimedia.....	pág. 121
Gráfico 16: Cambios en las noticias con teaser... ..	pág. 122

INTRODUCCIÓN

El desarrollo acelerado de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha transformado a la empresa periodística. Las características propias de Internet - la interactividad, la multimedialidad y la personalización de los contenidos- generaron nuevos modos de presentar los hechos noticiosos en los medios digitales. De esta forma, las noticias para Internet adquirieron características que las diferencian de las que se destinan a los periódicos, la radio o la televisión (Díaz y Salaverría, 2003).

En el entorno que plantean las nuevas tecnologías, las audiencias se vuelven participativas y selectivas. Adquieren la facultad de elegir los contenidos que les interesan, comentar las noticias y armar sus propios itinerarios (Bowman y Willis, 2003). Los contenidos también sufren un cambio trascendental y sus unidades se articulan para producir un discurso ordenado, pero a la vez múltiple, el cual se puede presentar por capas o niveles de información (Gil, 1999).

Al alterar a la audiencia y los contenidos, las nuevas tecnologías reconfiguran la profesión periodística y sus áreas de trabajo. En este punto se basa el presente trabajo de grado, el cual aborda el tema del periodismo digital venezolano, enfocado en los diarios de mayor trayectoria en la web: *El Nacional* y *El Universal*.

Se estima que en 1994 surgieron los primeros medios digitales. En sus inicios, la página web sólo copiaba la información que se presentaba en la edición impresa, con la diferencia de que el usuario podía pasar de una sección a otra del diario virtual con mayor facilidad que como ocurre con la prensa escrita (Díaz y Salaverría, 2003).

En los inicios del periodismo digital, las empresas consideraban a Internet como un nuevo canal para la distribución de sus contenidos. Sin embargo, las características del medio y el aprendizaje derivado de su uso por parte de las audiencias dieron paso a esquemas novedosos para el manejo de la información en la web.

En la red, se rompen las fronteras entre redactor y audiencia, el mensaje se vuelve multidimensional e hipertextual, y el contenido supera a la forma, ya que un mismo mensaje puede distribuirse a través de una página web, un boletín digital o por correo electrónico, con distintos diseños. Se trata de una nueva forma de expresar el discurso informativo (Núñez, 2005).

La llegada de Internet y su entrada a todos los ámbitos de la vida humana influyó en el periodismo de varias formas: no sólo alteró los criterios con los cuales se presenta la información en las páginas web de los periódicos, sino que también, con el avance y la especialización del medio, ha alterado la estructura redaccional de sus unidades básicas y ha permitido completarlas, a través del empleo de elementos multimedia.

Dentro del vasto campo que abarca el periodismo digital, una de las definiciones más trascendentales es la de hipertexto, la cual constituye el elemento fundamental de este trabajo. Cabe destacar que la noción de hipertexto surgió mucho antes de la aparición de Internet, pero las posibilidades de vinculación de contenidos que ofrece el medio digital le han dado protagonismo por su similitud con el pensamiento asociativo, característico de la mente humana.

El concepto de hipertexto se relaciona con un tipo particular de escritura y lectura de los textos, en la que no se siguen secuencias prefijadas, sino que el lector arma los contenidos y el recorrido que éstos seguirán, según sus necesidades de información, con lo que se altera la estructura redaccional de las noticias.

Como antecedentes a esta tesis, se encuentran diversos trabajos de investigación, desarrollados en Venezuela y España. En la Universidad Católica Andrés Bello, hasta la fecha, se han escrito cuarenta y cinco investigaciones que tratan la vinculación entre el periodismo, la interactividad y la influencia de las nuevas tecnologías; en la Universidad Central de Venezuela, hasta el año 2002, existían tres tesis sobre la estructura noticiosa en Internet, mientras que en la Universidad del Zulia se han desarrollado más de die

proyectos similares, a través de la maestría en Nuevas Tecnologías que ofrece esta casa de estudios.

En España, existen diversos estudios sobre el periodismo digital, de los cuales, hasta el momento, uno de los más significativos es la tesis doctoral de Pérez (2003) sobre el concepto de hipertexto en los diarios digitales de *ABC*, *El Mundo* y *El País*, realizada en la Universidad Complutense de Madrid.

El presente trabajo de grado pretende contribuir a la obtención de un panorama general sobre la situación del periodismo digital venezolano y la adaptación de las noticias a las características del nuevo medio que es Internet, en cuanto a su estructura hipertextual, a su redacción y al empleo de elementos multimedia ausentes en la versión impresa.

La investigación que se realiza tiene dos motivaciones: una profesional, ya que pretende identificar la forma como se adecua la información al medio electrónico en *El Nacional* y *El Universal*, lo cual permite identificar el empleo de elementos redaccionales propios del medio digital y la manera como se podría mejorar la estructuración de noticias electrónicas en los diarios nacionales.

La motivación académica estriba en que esta investigación constituye una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera con relación a las estructuras periodísticas más utilizadas en la red, el manejo de la información digital y la técnica del análisis de contenido.

En el área académica, esta investigación contribuirá, inicialmente, a trazar un diagnóstico actual del periodismo digital venezolano, el cual completaría los hallazgos y las discusiones del libro *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, editado este año por la Universidad Católica Andrés Bello. A su vez, se espera que los resultados obtenidos ayuden a la detección de los problemas estructurales de las páginas

web de *El Nacional* y *El Universal*, con el fin de incentivar las mejoras pertinentes, en función de las demandas y características del medio digital.

La investigación corresponde a la modalidad V de los modelos de trabajo de grado de la UCAB. Es decir, es un análisis de medios y mensajes.

Para llevar a cabo el estudio se recurrió a los sitios web de los diarios *El Universal* y *El Nacional*. Cada noticia se abrió en una ventana independiente para observar la ubicación de sus unidades y su interrelación con otros contenidos: vínculos con noticias de archivo relacionadas, vínculos con otras secciones del diario o con la página principal, etc. Esto permitió deducir la estructura seguida para el manejo de cada noticia específica y si se le ofrecían al lector noticias anteriores con las que pudiera ampliar la información.

Las noticias seleccionadas se descompusieron en sus elementos constitutivos para demostrar si ocurría una adecuación de los contenidos y su disposición al entorno digital, y si se cumplían los principios de la redacción ciberperiodística, establecidos por expertos en el área, como Javier Díaz Noci (Universidad del País Vasco) y Ramón Salaverría (Universidad de Navarra). En las ventanas independientes de las noticias se contó la cantidad de elementos interactivos, de audio y vídeo que ampliaban la noticia impresa.

Todos los datos obtenidos se asentaron en tablas creadas para tal fin, las cuales facilitaron el procesamiento de los datos. La presentación del trabajo se estructuró por capítulos y consta de una introducción, un marco teórico que aborda las definiciones básicas del periodismo digital y algunos antecedentes en esta materia, un marco metodológico que explica con detalle el procedimiento para el procesamiento de los datos, el análisis y la discusión de los resultados, las conclusiones, y las fuentes de información y bibliografía.

MARCO TEÓRICO

1. Prensa digital

1.1 Incursión de los diarios en la red y su evolución

Salaverría (2004) define los cibermedios como aquellos que utilizan Internet o el ciberespacio “como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas (...) ofrecen contenidos en la Web, tanto si disponen de una edición alternativa en otro soporte como si se publican exclusivamente en Internet”.

Por otra parte, López, Lima, Isasi, Pereira, Gago, Calvo, et al. (2005 cp. Cely, 2006) destacan que un cibermedio se define como todo emisor de contenidos, el cual, no sólo se traduce en mediación entre la información y los usuarios, y que utiliza las técnicas propias del periodismo, sino que, además, hace uso de un lenguaje hipertextual, que es interactivo por el uso de contenidos multimedia, y que se publica en Internet.

Con el surgimiento de la World Wide Web, también empezaron a aparecer los medios de comunicación social en Internet. En la década de los años 90 es cuando surgen los primeros diarios digitales. Es así como en 1994, hace su aparición el *San José Mercury News*, considerado como el primer periódico que coloca sus páginas en la red, el cual “ponía a disposición de los pocos usuarios de Internet de la época una versión electrónica del diario” (Meso, 2006, p. 18).

Díaz (1997) indica que a pesar de que existieron algunas aproximaciones en Europa hacia el ciberespacio, quienes dieron el salto definitivo fueron empresas de Estados Unidos. Fue así como, de la mano de la compañía Knight-Ridder, apareció la versión en Internet del pequeño diario californiano ya mencionado.

Hay que destacar que a finales de 1994 ya se habían registrado alrededor de 20 periódicos en Internet. Navarro (2004, cp. Cely, 2006) también menciona que en el año 1996, ya existían en el mundo 1920 cibermedios, cifra que aumentó considerablemente el 1997, cuando el número de éstos en la red pasó a ser de 3622. Desde el momento en que los primeros cibermedios surgieron en la red hasta la actualidad, se contabilizan alrededor de cinco mil diarios digitales (Meso, 2006).

En lo que respecta a América Latina, el país que más se destaca es Brasil, porque como apunta Morfin (1997 cp. Cely, 2006), ya en 1997 el país suramericano poseía 94 periódicos en Internet. Por otra parte, en Venezuela “el crecimiento tuvo un repunte entre 1997 y 1999 que pasó de 13 a 20 medios, hasta hoy en el que hay un total de 68 cibermedios” (Cely, 2006, p. 121).

A lo largo de poco más de diez años, los medios digitales han transitado por varias etapas, durante las cuales han pasado de ser ignorados por los lectores a ser, incluso, temidos, criticados y hasta ser reconocidos como un medio más, como asegura Salaverría (2004).

Giuliano (1996 cp. Tortello, 2006) reconoce y define cuatro etapas de los cibermedios, las cuales se basan en la incorporación de elementos multimedia: *shovelware*, *shovelware plus*, *Transition Newsmedia* y *Cyber News Media*.

El *shovelware* corresponde “a la etapa inicial del medio electrónico, donde los contenidos son llevados de la tinta y papel al medio electrónico (*shoveled* o paleados), sin ninguna transformación más allá de su incorporación en el sistema o red” (Tortello, 2006, p. 88).

El segundo nivel, el *shovelware plus*, es más avanzado que el anterior, aunque sigue siendo limitado, porque es una copia del medio original. Sin embargo, se incorporan nuevos formatos de contenidos.

La etapa de transición o *Transition Newsmedia* se vincula con lo siguiente:

La incorporación lógica y previamente organizada de nuevos formatos y maneras de expresar el discurso informativo (...) Consiste en dejar atrás el discurso lineal de la información, traída del medio impreso para ir hilvanándola de forma hipervinculada, a través de frases y palabras clave que van apareciendo en el texto (Tortello, 2006, p. 89)

La etapa anterior es un enlace entre las dos primeras fases y el *Cyber News Media*, el cual se refiere a una edición totalmente electrónica del medio.

Cely (2006) menciona que los cibermedios, en sus inicios, se centraban en llevar el formato impreso a Internet, como si el periódico físico se estuviese leyendo en el monitor de la computadora. No había ningún recurso adicional que marcara la diferencia. Sin embargo, esta autora también destaca que a finales del año 1996, se empiezan a crear contenidos nuevos y originales, como los motores de búsqueda.

Por otro lado, ya en 1997 se intentaban “nuevas formas de narrar y de experimentar, tomando en cuenta la plataforma del medio, y se incluyen informaciones de valor añadido o útiles, no noticiosas, pero de interés a los lectores por estar referidas a las actividades de la ciudad” (Cely, 2006, p. 122). Es así como en algunos medios se buscaba incluir noticias diseñadas exclusivamente para los diarios digitales.

En el transcurso de estos años, muchos cibermedios han preferido adoptar el pago por suscripción. Esto, a juicio de Salaverría (2004), ha reducido el número de sus lectores. Uno de los diarios digitales que apostó por este sistema es *El País* de España, el cual pasó a ser de pago a finales de 2002. Sin embargo, en 2005 el diario adopta un

modelo mixto, donde ofrece contenidos gratuitos y servicios Premium para suscriptores. Cerezo y Zafra (2006) afirman:

Más allá de la controversia suscitada durante las primeras semanas entre los internautas, y a pesar de que los responsables manifiestan la viabilidad económica a medio plazo, lo más interesante desde el punto de vista estratégico es la aparente pérdida paulatina de interés por parte de los usuarios de Internet (p. 115)

Cabe señalar que el desarrollo de Internet se ha debido, en gran medida, a que la información disponible en la red ha sido gratuita. El hecho de que diversos cybermedios hayan decidido implementar el modelo de pago por suscripción, como mencionan Cerezo y Zafra (2006), “continúa levantando controversia entre los usuarios cada cierto tiempo” (p. 128).

The Wall Street Journal Online es uno de los pocos cybermedios que ha logrado sustentarse gracias al cobro de sus informaciones, debido a que ofrecen el Índice *Down Jones*. Sin embargo, no todos los medios digitales, como señalan Cerezo y Zafra (2006), logran tantos beneficios económicos con esta modalidad.

A pesar de ello, Cerezo y Zafra (2006) insisten en que la mayoría de los medios terminan por ofrecer la posibilidad de acceder a contenidos gratuitos, mientras que el pago por suscripción lo implementan con respecto a otras informaciones. En la actualidad, muchos cybermedios se inclinan por esta modalidad.

1.2 Diarios digitales en Venezuela

1.2.1 Incursión y evolución de los medios interactivos nacionales

A pesar de que los primeros cibermedios en el ámbito mundial surgieron en 1994, no fue sino hasta el año 1996 cuando comenzaron a aparecer en Venezuela. Según Cely (2006), en 1999 ya existen alrededor de 19 medios en la red: *Ciberentorno*, *2001 en Internet*, *Globovisión.com*, *El Aragüeño on line*, *Frontera en Línea*, *Diario Hoy*, *El Observador*, *Noticiero Venevisión.com*, *La Hora Digital*, *La Nación en la Red*, *La Verdad.com*, *Economía Hoy*, *El Carabobeño On Line*, *El Meridiano On Line*, *El Nacional Online*, *El Universal Digital*, *Notitarde.com*, *El Impulso Digital*, *El Mundo*.

El primer periódico venezolano que apareció en Internet fue *El Nacional*, en 1995. A finales de ese mismo año, Peñaloza (2006) señala que se marcó “un hito en la historia de la web en Venezuela al fundar *analítica.com*, la primera publicación venezolana que nació *On line*, sin tener un medio tradicional que lo respaldara en otro soporte” (p. 41). En sus inicios, *analítica.com* se dividía en una revista semanal y una entrega mensual. También, había una versión en inglés.

En 1999, surge la página web de Unión Radio, donde cuatro redactores se encargaban de colocar las informaciones en la red, además de publicar una lista con los nombres de las personas desaparecidas en la tragedia ocurrida aquel año en el Estado Vargas. Peñaloza (2006) menciona que *unionradio.com.ve* apareció como un cibermedio que prestaba un servicio público. Desde sus inicios, incorporó sonidos a las noticias, lo cual fue su mayor novedad.

Con respecto a los medios televisivos, destaca el caso de *globovision.com*, surgido en julio de 1999, cuyo primer diseño contaba con la emisión libre de la señal en vivo del canal. Sin embargo, los promotores de la web no contemplaron el hecho de que

la plataforma sólo tenía capacidad para 500 usuarios, como señala Peñaloza (2006). Por esta razón surgieron muchas críticas contra este medio.

Cuando entró en funcionamiento la página web de Globovisión, quienes la impulsaron evaluaron su potencial. Concluyeron que, “contando con un canal y un servicio de microondas, podían tener las fotos de forma de inmediata, lo cual les facilitaba reflejar los acontecimientos al instante” (Peñaloza, 2006, p. 49).

Adicionalmente, en *globovision.com* incorporaron una sección de documentos, dándoles la posibilidad a los usuarios de revisar los artículos de la Constitución Nacional que iba aprobando la Asamblea Nacional Constituyente. Esto servía de complemento a las transmisiones que se hacían por el canal de televisión.

1.2.2 Orígenes, evolución y desarrollo de El-Nacional.com

El antecedente de la página web de *El Nacional* está en 1993, cuando se invirtió en un proyecto llamado *Línea N*, algo muy parecido a lo que hacía el diario *El Tiempo* de Colombia. Este proyecto se basaba en un sistema telefónico, por medio del cual la información era transmitida a través del teléfono.

Dos años después, la página web de este periódico hace su aparición en Internet. “Los propulsores de *el-nacional.com* asumían que, debido al éxodo registrado a mediados de la década de 1990, la página podía ser un vínculo entre los emigrantes y su tierra” (Peñaloza, 2006, p. 45).

Peñaloza (2006) señala que la página web de *El Nacional* trabajaba inicialmente con tres personas, a las que luego se unieron un *webmaster*, dos periodistas y un equipo adicional para las diversas secciones del portal.

Los periodistas que se desempeñaban en el área web tenían que aprender las tecnologías, las herramientas novedosas y multiplicidad de software. Realizaban cursos y se entrenaban con ingenieros de sistemas, para comprender la parte técnica en un mundo tan ancho que para cubrirlo no bastaban *lead*, cuerpo y cola (Peñaloza, 2006, p. 45)

Cuando quienes hacían posible la versión digital de *El Nacional* se plantearon el rediseño de la misma, pretendieron que ésta tuviera una presentación mucho más amigable para sus visitantes. Además, decidieron fortalecer el contenido gratuito de *el-nacional.com*, puesto que a partir del año 2003 añadieron una parte por suscripción destinada a las ediciones anteriores del diario impreso.

1.2.3 Orígenes, evolución y desarrollo de El Universal.com

En sus inicios, la versión para la web de *El Universal* sólo contaba con un sistema para hacer periódicos en modo Terminal, llamado *Atex*, por lo cual un grupo de técnicos se vieron en la necesidad de traducir los comandos de este sistema a HTML – lenguaje relacionado al hipertexto.

Otro punto importante es que como trabajaban para colocar la información en línea con la mayor rapidez posible, en *eud.com* no cuidaban los detalles, por lo cual recibieron muchas críticas por los errores que no se corregían.

Peñaloza (2006) menciona que en un principio la versión digital de *El Universal* utilizaba un tubo hidroneumático particular. Este tubo de *eud.com* “desembocaba en un servidor ubicado en Estados Unidos, más específicamente, bajo la cama de un estudiante de origen venezolano que residía en el norte” (p. 38). Posteriormente, cambiaron a un servidor ubicado en una universidad estadounidense y, luego, contactaron a una empresa que poseía numerosos servidores.

Con respecto a la parte visual, el rediseño de la versión impresa de *El Universal* fue iniciado entre los años 1997 y 1998. Estos cambios también afectaron a la página web, por lo cual se rompió con la linealidad y se pasó a un diseño en módulos, el cual se apoya en elementos visuales para complementar el texto escrito.

Otro punto a destacar es que *eud.com* fue el primer medio digital en Venezuela que colocó avances de noticias, de acuerdo a las informaciones que reportaban los periodistas. Sin embargo, decidieron que no se incluiría en este apartado las informaciones consideradas exclusivas.

El sitio *eud.com*, que en su periodo fundacional publicaba 80 notas diariamente, adoptó el patronímico de su hermano mayor, pasándose a llamar *eluniversal.com* (...) e inauguró nuevos canales (Peñaloza, 2006, p. 39)

1.2.4 Caracterización de los medios cibernéticos venezolanos

De acuerdo al estudio de Cely (2006) acerca de la estructura editorial de los cibermedios en Venezuela, éstos se “muestran como espacios conservadores y poco innovadores, arraigados al concepto impreso, con pocos elementos de interacción y documentación” (p. 119).

Por otra parte, en un principio, los medios digitales venezolanos manifestaban características de estar en una especie de etapa de transición, debido a que se estaba formando un nuevo medio comunicacional, con nuevos soportes y estructuras propias.

Cely (2006) agrega lo siguiente:

Eran poco innovadores al presentar bajos elementos referidos a recursos que los diferenciaban del medio de origen, es decir, que no ofrecían apoyos de documentación, interactividad, personalización o de hipermedia (...) Eran en su mayoría una copia del medio original (p. 120)

Cabe destacar que estos cibermedios eran similares, en el caso de la prensa escrita, a las versiones en papel de los periódicos y, con respecto a la televisión y la radio, una publicidad de la programación ofrecida por éstos. Pero a pesar de ello, el panorama mundial no distaba mucho del venezolano, puesto que los medios en la red apenas estaban surgiendo.

Abreu (2003 cp. Cely, 2006) menciona que, en el caso de los diarios estudiados: *El Nacional*, *El Universal*, *Últimas Noticias* y *2001*, “la mayor parte de su contenido periodístico cotidiano es similar al del ejemplar impreso” (p. 122). Adicionalmente, en estos cibermedios predominan el género de la noticia y la reseña, y temas políticos, deportivos y económicos. Este estudio también revela que hay muy pocos contenidos hipermediáticos, es decir, audio, vídeo, animaciones.

Los resultados indican que han sido pocos los avances que han experimentado los cibermedios en Venezuela, por cuanto son pocas las innovaciones que se perciben. Por otra parte, Cely (2006) destaca que en la actualidad existen en el país alrededor de 68 periódicos en Internet.

En su estudio, Cely (2006) afirma que menos de la mitad de los cibermedios utiliza la encuesta como el recurso más empleado, y muy pocos se inclinan por tener en la web galerías de imágenes, infografías y foros, lo cual les resta interactividad. Uno de estos elementos, como lo es el weblog, es presentado tanto en *eluniversal.com* como en

el-nacional.com; en este último existe una sección de blogs para sus periodistas y se abrió un concurso para que los usuarios puedan sumar sus espacios a la lista del diario. Además, las entrevistas interactivas únicamente las incorpora *el-nacional.com*. Hay que señalar el hecho de que la lista de las noticias más consultadas no está incluida en estos diarios digitales. Por otra parte, destaca el caso de *talcualdigital.com*, ciberdiario que experimenta con el uso de una plataforma por medio de la cual se presentan los editoriales. Igualmente, el periódico digital *panodi.com* incluye en su web la posibilidad de escuchar música que acompaña las informaciones acerca de cantantes, y *el-nacional.com* realiza presentaciones multimedia para complementar los reportajes especiales.

En el caso de los ciberdiarios venezolanos, éstos “estructuran textos cerrados, como el de la prensa escrita, presentan un primer nivel de desarrollo que tras el nodo inicial del titular o sumario se enlaza al documento central y allí termina la nota” (Cely, 2006, p. 134).

De igual forma, una parte importante de los cibermedios venezolanos sólo se interesan por utilizar la página web como una forma, como dice Cely (2006), de “informar a sus anunciantes y mantener información y comunicación con éstos, sin embargo, los espacios para el lector son reducidos” (p. 140).

Cely (2006) concluye que los medios venezolanos en Internet se siguen mostrando muy conservadores y que, por tanto, en diez años han sido pocas las innovaciones introducidas en éstos. Los ciberdiarios continúan siendo demasiado apegados al formato en papel. Sin embargo, se han incorporado algunos recursos de interactividad, lo cual los lleva a una segunda etapa.

2. Hipertexto

2.1 Definición

Theodor H. Nelson fue quien mencionó, en 1965, el término hipertexto por primera vez, a pesar de que ya con anterioridad otros autores habían hablado de sus características

Por hipertexto entiendo escritura no secuencial. La escritura es secuencial por dos razones. Primera, se deriva del discurso hablado que es secuencial, y segunda, porque los libros están escritos para leerse de forma secuencial (...). Sin embargo, las estructuras de las ideas no son secuenciales (Nelson, 1994 cp. Díaz y Salaverría, 2003, 87)

El *Diccionario de la Real Academia Española* (2001) define hipertexto como todo “texto que contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder a otra información”.

Para Landow (1995), el hipertexto está relacionado con “un tipo de texto electrónico, una tecnología informática radicalmente nueva y, al mismo tiempo, un modo de edición” (p. 15).

El hipertexto, cuando se vincula a las computadoras, se utiliza como “una herramienta al servicio del hombre, una forma de memoria artificial capaz de entrar en interacción con una inteligencia humana”, como lo expresa Clément (1995 trans. Pajares, 2000). Así, el hipertexto no es más que un sistema capaz de abrir nuevas perspectivas para el usuario y que le permite, por tanto, informarse, leer, escribir y pensar de maneras distintas a las convencionales. El mismo autor agrega que “el hipertexto puede considerarse a la vez como un sistema material e intelectual dentro del

cual un actor humano interactúa con las informaciones que surgen de su recorrido y que a su vez modifican sus representaciones y sus demandas”.

Clément (1995 trans. Pajares, 2000) también destaca el punto de vista de Nelson acerca del hipertexto, autor que define esta idea en el prólogo de la reedición de *Literary Machines* en 1993: “Se trata de un concepto unificado de ideas y datos interconectados, y de la forma en la que esas ideas y esos datos pueden editarse en una pantalla de ordenador” (disponible en línea).

Landow (1995), se refiere al hipertexto como un medio informático, el cual vincula lo que es información verbal con lo que es información no verbal.

2.1.1 Antecedentes de los sistemas hipertextuales

Diversas personalidades se han centrado en lo que es el hipertexto. El primero en introducir el concepto fue el canadiense Vannevar Bush, quien en 1945, en uno de los números del *Atlantic Monthly*, propuso un dispositivo conocido como *Memex*, el cual concibió como una máquina conceptual capaz de recopilar gran cantidad de información, donde el usuario tendría que utilizar su habilidad para crear caminos que llevarsen a distintas partes.

Bush era consciente de que el número de documentos y publicaciones había aumentado, por lo cual era difícil aprovechar toda esa información.

El conjunto de la experiencia humana está creciendo a un ritmo prodigioso, pero los medios que empleamos para desplazarnos por este laberinto hasta llegar al punto importante del momento son los mismos que utilizábamos en los tiempos de las carabelas (Bush, 1945 cp. Landow, 1995, p. 26)

Bush proponía, como se ha mencionado, una máquina que funcionase como una especie de biblioteca privada: el *Memex* o *Memory Extender*, por su capacidad para expandir la memoria. En el *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Díaz y Salaverría (2003), destacan que esta propuesta constaba de un pupitre y una bandeja que servía para fotocopiar, y microfilmear los documentos, los cuales eran almacenados en fichas, llamadas microformas, en los cajones que se situaban a cada lado de la máquina. Adicionalmente, el *Memex* constaría de un teclado, el cual permitía localizar la información que se requería y una especie de palanca, la cual se utilizaría para desplazarse por las microfichas.

El mismo Bush y todos sus seguidores deseaban que este sistema, el *Memex*, fuera lo más cercano posible a la manera en que opera la mente de los seres humanos, en la cual es importante la asociación de ideas o semiosis ilimitada; es decir, de una idea surge otra, por lo cual se crea una red de conexiones.

Adicionalmente, el *Memex* permitiría al usuario colocar notas y comentarios al documento que estuviese leyendo. Bush consideraba importante y necesario anotar los pensamientos acerca del texto, porque esto le daría al lector una mayor participación; es decir, se trataría de un lector más activo.

Por otra parte, el *Memex* no sólo se caracteriza por permitir anotar, sino que también hay que destacar el sistema de “índice por asociación”, lo cual se conoce como nexo en la actualidad, a través del cual se puede ir de un artículo a otro. Así funcionan los sistemas de hipertexto hoy en día.

Bush se dedicó a desarrollar su idea, el *Memex*, durante 30 años, la cual tuvo una gran influencia en otras personas que se destacaron como pioneros del hipertexto. Landow (1995) señala que Bush plantea en *As We May Think* y *Memex Revisited*, “el concepto de bloques de texto unidos con nexos y también introduce los términos *nexos*,

conexión, trayectos y trama para describir su nueva concepción de la textualidad” (p. 30).

Como ya se adelantó, Bush no fue el único en hacer propuestas. Douglas C. Engelbart también se interesó en la mente humana, por cuanto en 1963 planteó una red de computadoras, pensando en aumentar las posibilidades de la memoria y el intelecto de los hombres. El sistema llamado *NLS/Augment* fue perfeccionado entre los años 1968 y 1975.

Como destacan Díaz y Salaverría (2003), Engelbart también fue quien inventó el ratón o *mouse*, y el entorno que se basa en ventanas, el cual fue incorporado posteriormente, en las computadoras de Xerox, Macintosh de Apple y Windows de Microsoft.

Los aportes de Engelbart han sido de mucha importancia dentro de la informática. De hecho, a él se le debe la idea de que una persona pudiera enlazarse o conectarse a cualquier otra a través de un sistema de terminales, denominados por él como *Knowledge Workshop* o taller del conocimiento. Esta idea sería materializada, posteriormente, por Tim Berners-Lee, quien fue el creador de la World Wide Web, lo que hoy se conoce como Internet.

Díaz y Salaverría (2003) señalan que “Engelbart pensaba que era necesario dotarse de herramientas más ajustadas a los procesos de pensamiento, mediante lo que denominaba “estructuras de conceptos” (p. 88). De esta forma, Engelbart da los lineamientos de las grandes posibilidades que tiene el hipertexto.

A pesar de ello, el término hipertexto tal como se conoce actualmente, fue mencionado por Theodor Holm Nelson en 1965, en una comunicación que envió a la *Association for Computing Machinery* de Estados Unidos.

En aquella comunicación, titulada precisamente *The hypertext*, Nelson lo describía como una forma de escritura ramificada, no secuencial, que podía existir gracias a los ordenadores que entonces comenzaban a darse a conocer al público en general (...) Lanzaba una propuesta para que, disponiendo de un mejor sistema de almacenamiento y difusión del conocimiento, la humanidad evitase repetir los errores destructivos de siempre” (Díaz y Salaverría, 2003, p. 88)

El sistema de almacenamiento propuesto por Nelson, discípulo destacado de Bush, se denominó *Xanadu*. A partir de éste se idearon otros sistemas hipertextuales, como el *Hypertext Editing System*, el cual evolucionó a partir de 1967, hasta convertirse en FRESS (*File Retrieval and Editing System*) entre los años 1968 y 1982. A pesar de lo que significaba la idea de Nelson, *Xanadu* nunca se ha hecho realidad, debido a que es una propuesta demasiado ambiciosa.

Sin embargo, ya como se adelantó anteriormente, la materialización de la propuesta de Engelbart significa el invento más importante: la gran red de computadoras, lo que se conoce como Internet. Además, ese sistema está ligado al hipertexto, debido a que es una especie de telaraña universal. La propuesta, conocida como World Wide Web, fue inventada en 1989 por un científico inglés llamado Tim Berners-Lee.

2.1.2 Teorías del hipertexto

Existen diversas teorías relacionadas con el hipertexto, a pesar de que algunas no lo están directamente: la teoría de juegos, teoría literaria de hipertexto, teoría del hipertexto informativo, teoría de los tres niveles de coherencia del hipertexto y la teoría de la recepción hipertextual.

La teoría de juegos destaca, según Díaz y Salaverría (2003), que cada actor social está en la obligación de escoger una u otra decisión en un momento determinado, lo cual apunta hacia una estrategia si se cuenta con un plan establecido. Los autores relacionan estos sucesos con la recuperación de los contenidos hipertextuales, puesto que el lector también debe tomar decisiones. Rasmusen (1989 cp. Díaz y Salaverría, 2003) mencionaba: “Teoría de juegos y teoría del hipertexto comparten incluso terminología, y así, en ambas se habla de nodos, nodo inicial, nodo precedente y sucesor, nodo final, ramificaciones y secuencias” (p. 96).

Por otro lado, la teoría de juegos ayuda a comprender los conceptos relacionados con la construcción de las estructuras hipertextuales, debido a que “se parte de la premisa que, cualquiera que sea el juego que se analice, se da por hecho que cada persona establecerá un orden de preferencias distinto para los posibles resultados” (Díaz y Salaverría, 2003, p. 96).

Existe una teoría literaria de hipertexto, a la cual han contribuido varios autores. George Landow y otros la han dado a conocer. Díaz y Salaverría (2003) afirman que para estos autores, la teoría mencionada se basa en “las posibilidades que el hipertexto abre para la literatura académica y de creación (...) y que explica sobre todo las estrategias retóricas que la nueva narrativa debería desplegar” (p. 100).

También existe la teoría del hipertexto informativo. Díaz y Salaverría (2003) mencionan el hecho de que el hipertexto admite que exista la unión, coordinación o fusión de diversos géneros y, además, su transformación. Por otro lado, el concepto de hipertexto también hace pensar que éste hace que el lector tenga un mayor grado de objetividad.

Engbretsen (2001 cp. Díaz y Salaverría, 2003) hace un importante aporte a la gramática hipertextual de las informaciones periodísticas, al sugerir la teoría de los tres niveles de coherencia del hipertexto:

- Intranodal: se refiere a la coherencia que existe dentro de cada nodo de forma independiente.
- Internodal: está relacionada con el concepto de hipervínculo. Se refiere a la coherencia existente entre distintos nodos y a las múltiples relaciones o enlaces que se pueden establecer entre ellos.
- Hiperestructural: el autor destaca que aquí la coherencia vendrá dada por las características que posea el género ciberperiodístico que se utilice.

Con respecto al lector, debe destacarse la teoría de la recepción hipertextual. Díaz y Salaverría (2003) afirman lo siguiente:

En virtud de hipertexto, el lector ha dejado de ser un mero consumidor pasivo del texto, tal y como se le tendía a concebir cuando éste era impreso (...) El lector de un hipertexto adquiere y ejercita potestades que antes, cuando los textos se le presentaban estancos y preestructurados, eran patrimonio exclusivo del autor (p. 110)

A pesar de lo anterior, Díaz y Salaverría (2003) insisten en que esa capacidad que tiene el lector para “manipular”, no le da la potestad de influir en el proceso de crear. De hecho, estos autores indican que “el hipertexto permite al lector dominar hasta cierto punto el cómo, pero preserva en manos del autor pleno dominio sobre el qué” (p. 110).

2.1.3 Características

La primera característica que salta a la vista al hablar de hipertexto es la de interactividad. El concepto de interacción se refiere a la relación que se establece entre la computadora y la persona, por lo cual este vínculo es lo que distingue al hipertexto de otros sistemas, como las bases de datos.

Esta interactividad se da a través de los hipermedios. Álvarez (2003) indica que éstos desean que el usuario de Internet no sea un individuo pasivo, sino que participe del proceso comunicativo.

Por otra parte, la importancia del hipertexto está en el hecho de que cabe la posibilidad de construir un discurso completo a partir de unidades informativas, aparentemente independientes, pero que ayudan a construir un pensamiento completo sin ningún orden preestablecido. Así lo señala Clément (1995 trans. Pajares, 2000): “La insistencia con la que Nelson une las ideas y los datos subraya la doble vocación del hipertexto: Un sistema de organización de datos y una forma de pensar”.

Otra de las características más importantes de hipertexto es su no linealidad, puesto que no posee una secuencia inalterable. Cada usuario está en la capacidad de construir su propio camino. El hipertexto también es un sistema intertextual, lo cual lo diferencia de los libros, así lo considera Landow (1995):

El texto virtual, cuya apariencia y forma pueden ser modificados según convenga al lector, también tiene el potencial de añadir un elemento completamente nuevo: el nexo electrónico o virtual que reconfigura el texto tal y como lo conocemos los que hemos crecido junto a los libros. Es la facultad de conexión electrónica lo que crea el hipertexto, una textualidad compuesta de bloques y nexos que permiten multiplicar los trayectos de lectura (p. 36)

Por lo tanto, el hipertexto se concibe como un sistema que requiere de un lector mucho más activo; es decir, una persona capaz de, no solamente crear su propia ruta de lectura, sino de añadir sus comentarios, impresiones y otras informaciones al texto que lee.

Además, los sistemas hipertextuales incorporan los elementos visuales, los cuales no están presentes en los libros impresos. Landow (1995) comenta que uno de estos elementos es el cursor, el cual puede ser una línea o simplemente una flecha, que está ahí como una forma de indicar que el lector está presente.

2.1.4 El modelo no lineal en la red

Para Vouillamoz (2000) es notoria la existencia de una relación directa entre los enlaces y la linealidad, algo muy importante en los estudios del hipertexto.

Landow (1995) destaca la cualidad de la no linealidad del hipertexto:

Los nexos electrónicos unen lexias tanto “externas” a una obra, por ejemplo un comentario de ésta por otro autor, o textos paralelos o comparativos, como internas y así crean un texto que el lector experimenta como no lineal o, mejor dicho, como multilineal o multisequencial (p. 16)

Esa condición de no linealidad es lo que permite que el lector cree sus propios caminos. Esto es a lo que Landow (1995) se refiere cuando destaca que “lo digital también tiene el potencial para impedir, bloquear y rodear la condición lineal y binaria, y sustituirla por la multiplicidad” (p. 35). En el hipertexto se hace inevitable que el lector escoja su propio camino y navegue por diversas redes.

De hecho, el mismo Landow (1995) menciona las palabras de J. Hillis Miller en la conferencia de 1990 en el Elvetham Hall sobre la tecnología y el futuro de la investigación humanística: “La relación (...) es múltiple, no lineal, no causal, no

dialéctica y excesivamente determinada. No encaja en la mayoría de los paradigmas tradicionales que definen ‘relación’ (p. 42).

En el hipertexto se hace evidente la eliminación o supresión de la linealidad de los textos impresos, como ya se ha mencionado, puesto que rompe con la secuencia que caracteriza a éstos. Además, descarta la idea de un discurso único, ya que, como se ha destacado, el lector está en la capacidad de crear sus propios caminos.

Por otro lado, Díaz y Salaverría (2003) destacan que algunos textos de carácter periodístico:

Se construyen conforme a estructuras hipertextuales simples que tratan de favorecer una lectura rápida y orientada (...) tiende a adoptar el modelo de un hipertexto documental, ya que da prioridad a la localización fácil de la información frente a una lectura lineal (p. 119)

Por su parte, Orihuela (2006) menciona que la hipertextualidad “es la transformación de la linealidad temporal discursiva en especialidad virtual navegable” (p. 10), lo que deriva en nuevas formas de leer y escribir en la red. Meso (2006) añade que en este sentido hay una ruptura de la comunicación lineal y en una sola dirección.

2.2 Reconfiguración del texto en el hipertexto.

2.2.1 Cambio en los contenidos al pasar del texto al hipertexto:

Desde la aparición del hipertexto en la informática, los teóricos y los usuarios lo han considerado un nuevo medio que viene a desplazar o a competir con los medios tradicionales. Esta concepción, sin embargo, es errada. Lamarca (2006) lo explica al considerar que “el hipertexto no es un nuevo medio, sino una mejora tecnológica con

respecto a los otros medios, y prueba de ello es que el hipertexto, y más concretamente, la hipermedia, integra los medios tradicionales”.

A pesar de la resistencia latente a abandonar la lectura lineal de los textos, propia de las publicaciones impresas, la hipertextualidad ha ido ganando terreno entre los usuarios (Landow, 1995).

Lamarca (2006) realiza una tabla en la que detalla las principales diferencias entre el texto tradicional y la forma de estructuración de la información en los medios digitales: el hipertexto.

Tabla 1: Diferencias principales al pasar del texto al hipertexto.

Tomado de Lamarca Lapuente. *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*

	TEXTO	HIPERTEXTO
Estructura de la información	Secuencial	No secuencial o multiseuencial
Soporte	Papel	Electrónico/Digital
Dispositivo de lectura	Libro	Pantalla
Forma de acceso	Lectura	Navegación
Índice/sumario del contenido	Tabla de contenidos	Mapa de navegación
Morfología del contenido	Texto e imágenes estáticas	Texto, imágenes estáticas y dinámicas, audio, vídeo y procedimientos interactivos
Portabilidad	Fácil de portar y usar	Es necesario disponer de un ordenador o un dispositivo

		especial de lectura
Uso	Puede leerse en cualquier sitio	Para leer se precisa una estación multimedia

Lo más importante de esta tabla está en la transformación de la información de secuencial a multisequencial. Esto implica que el lector del texto arma sus propias secuencias o itinerarios de lectura en el medio electrónico, a través de la navegación. El texto y las imágenes dejan de ser estáticos como en los libros y a ellos se añade también la posibilidad de ver vídeos.

Lamarca (2006) considera que si bien el hipertexto ha alcanzado un importante desarrollo a través de su empleo en la informática, se trata de un concepto previo a la creación y difusión de las nuevas tecnologías. En la literatura tradicional se hallan ejemplos de hipertexto en las notas a pie de página, las citas y referencias, las notas marginales y los diccionarios y enciclopedias que permiten la búsqueda de conceptos por medio de un índice.

Con la llegada de los medios digitales no sólo ha cambiado el soporte de la información, sino que también se ha dado una concepción mucho más interactiva, inmediata y personalizada de ésta. Los contenidos ahora no tienen una localización precisa ni límites de espacio. Además, integran en sí mismos audio, texto y vídeo (Cerezo y Zafra, 2003).

Quizás uno de los cambios más trascendentales está en las nuevas funciones que adquiere el lector de la información, quien ahora está facultado para escribir y exponer contenidos propios (Landow, 1995).

2.2.2 Nuevas características del texto en los sistemas hipertextuales: fragmentación y dispersión:

Para Díaz y Salaverría (2003), el hipertexto altera las obras y las transforma de lineales a reticulares, debido a la división de la información, propia de la tecnología hipertextual.

En los sistemas hipertextuales, el texto se divide o fragmenta en lexias o bloques, que permiten que la información se reciba en partes independientes. Una vez que se presentan al lector los distintos bloques de contenido, éste puede recorrerlos con base en los trayectos que elija. Los nexos permiten volver a unir la información, pero esta vez de formas totalmente distintas, por lo que el texto se dispersa. Es aquí donde se hace necesario mantener una cierta contextualidad e intertextualidad, para evitar que el texto se transforme en un caos (Landow, 1995).

El autor considera que con el hipertexto se sigue manteniendo un cierto orden en la estructuración de la información, pero ésta deja de verse como “una entidad falsamente unitaria”. El comienzo de un texto se concibe como el punto en el que el lector comienza a leer; es decir, desde el principio, el lector tiene la facultad de armar su itinerario de lectura según sus intereses, independientemente de que el autor del texto haya creado un comienzo distinto.

Díaz y Salaverría (2003) respaldan esta concepción, pues para ellos, la unión de enlaces puede formar estructuras no previstas.

En los sistemas hipertextuales, se crea un texto abierto, donde se funden distintos elementos: letras, imágenes, vídeos, nexos o enlaces. Estos elementos del hipertexto se vuelven equivalentes y sus límites se van haciendo cada vez menos evidentes (Landow, 1995).

El usuario de la web sólo descubrirá los niveles de información del texto que está leyendo una vez que haga clic en los hipervínculos para armar su itinerario. Se trata, básicamente, de un mensaje que se construye justo en el momento de su lectura, dependiendo del nivel de interactividad del medio (Díaz y Salaverría, 2003).

Moreno (2002 cp. Díaz y Salaverría, 2003) menciona la teoría de los niveles de interactividad y grados de participación que desarrolló la Universidad de Nebraska, y según la cual los sistemas de lectura se pueden clasificar en:

1. El nivel 0, o sistemas lineales: libros, programas de radio y televisión, películas.
2. El nivel 1, o sistemas semi-interactivos. Permiten avanzar, retroceder o pausar. Aquí entran los lectores de vídeo y audio, así como los navegadores de Internet.
3. El nivel 2, o sistemas no estrictamente lineales: Permite acceder a determinadas secciones de información almacenadas en forma de lista. Tal es el caso de los navegadores de Internet, que permiten visualizar las páginas guardadas.
4. El nivel 3, o sistemas de acceso aleatorio: La información se estructura de forma reticular, y el usuario puede acceder a ella desde cualquier punto de la obra. Este tipo de sistema es característico de los productos multimedia.
5. El nivel 4, o máximo nivel de interactividad: El sistema es reticular y no sólo permite acceder a los vínculos internos, sino también a enlaces externos a la aplicación.

La jerarquía de la información cambia, pues todos los textos se vuelven principales y adquieren importancia al momento de su lectura. El texto se descentraliza (Landow, 1995).

2.2.3 El carácter no verbal del hipertexto:

George Landow (1995) sostiene que la hipertextualidad incluye una no verbalidad mayor que la imprenta. En cierta forma, se puede decir que se hace real la idea de Derrida de incluir elementos visuales en los textos como una forma de romper

con la linealidad de los medios impresos. Al incluir vídeo y audio, el hipertexto cumple con esta condición, pues conecta información verbal y no verbal.

Walter Ong (1994) llama oralidad primaria a la que se presenta en culturas que no conocen la escritura o la impresión. La oralidad secundaria se presenta con el teléfono, la radio, la televisión y otros aparatos electrónicos que requieren de la alfabetización.

El autor afirma que en el mundo contemporáneo, la cultura oral primaria se ha ido perdiendo de forma vertiginosa, debido a la alfabetización y a la mejora de los sistemas educativos en el mundo.

Aun cuando el ser humano actual vive en una sociedad basada en la escritura y la lectura, se siguen manteniendo, inconscientemente, el pensamiento y la expresión oral, pues la mente está preparada para la asociación de ideas o semiosis ilimitada y no cuenta con recursos caligráficos innatos. Las mismas palabras tienen sentido sólo en la medida que denotan sucesos (Ong, 1994).

El autor maneja la idea de que el pensamiento y la expresión, en las culturas orales primarias, eran acumulativos, agrupados, redundantes, conservadores, fácticos, subjetivos, basados en el presente y descriptivos de situaciones. Para expresar y mantener el conocimiento no se contaba con medios distintos a la reunión en torno a la figura del sabio u orador, quien debía emplear claves mnemotécnicas para dar sus discursos. Este orador enunciaba listas, agrupaba elementos en categorías, redundaba para mantener la comprensión del público, propagaba las tradiciones y describía situaciones desde su visión personal.

Muchos intelectuales y oradores se rebelaron contra la escritura. Platón describió en el Fedro que Sócrates la consideraba inhumana, pues extraía los conceptos del pensamiento de los hombres y destruía la memoria, al hacer a los hombres dependientes

de un elemento externo. Hoy, muchas de estas críticas se realizan a las computadoras (Ong, 1994).

La resistencia al cambio en las personas es la responsable de que se produzcan críticas y temor ante la aparición de las nuevas tecnologías. Para Ong (1994), tanto la escritura, la imprenta y la computadora se pueden considerar tecnologías de la palabra, pues van más allá de la cultura oral primaria. La escritura inició este proceso y permitió que las palabras se pudieran fijar en el tiempo. La imprenta y la computadora ampliaron y continuaron este sendero.

Los medios audiovisuales (el teléfono, la radio, la televisión, la computadora) condujeron a los seres humanos a una nueva oralidad secundaria que permite la participación, el sentido comunitario y el énfasis en el momento presente. Por esta razón, la oralidad secundaria se compara con la “aldea global” propuesta por el teórico canadiense Marshall McLuhan (Ong, 1971 cp. Ong, 1994).

Landow (1995) también considera que el carácter no verbal del medio electrónico se profundiza con el empleo de elementos visuales ausentes en la versión impresa, tales como los cursores, las flechas y los elementos gráficos parpadeantes, que aportan como significado la presencia del lector o del escritor.

2.2.4 Empleo de elementos visuales:

En el hipertexto, los elementos visuales cumplen un importante papel, y van desde las fotos, los dibujos y los archivos de audio hasta el tratamiento de las letras por medio del espaciado entre las palabras, la división de los párrafos y la variedad de las fuentes. El medio digital permite, más que ningún otro, la unión de textos y elementos visuales, lo cual era limitado en la tecnología de la imprenta (Landow, 1995).

La digitalización permite manejar con calidad tanto textos como elementos audiovisuales, y reunirlos en mensajes únicos, llamados multimedia. Un mensaje multimedia se define como “una integración sincrónica y unitaria de contenidos expresados en diversos códigos, principalmente mediante textos, sonidos e imágenes” (Salaverría, 2001 cp. Díaz y Salaverría, 2003).

Cuando confluye la hipertextualidad con las tecnologías multimedia se crean los hipermedia. En esta modalidad de hipertexto, los nexos pueden ser textos o iconos, indistintamente (Díaz y Salavería, 2003).

En las nuevas redacciones y grupos editoriales se abren sitios web donde convergen los distintos modos de presentar la información. Los periodistas deben recibir una formación multimedia que los estimule a sacar el mayor provecho de las nuevas tecnologías en la estructuración de la información (Álvarez, 2003).

2.2.5 Nuevo papel del autor:

El hipertexto imita la forma de organización de los pensamientos humanos. El cerebro del hombre funciona por la asociación de experiencias, conceptos y teorías; es decir, toma la forma de una red (Bellver, 2001).

En Internet, el usuario elige cuáles vínculos desea seguir, con base en sus intereses, expectativas, etc. Para Bellver (2001), esta situación genera cambios en la recepción de los contenidos, pues ya no es el autor quien decide lo que el usuario de Internet leerá efectivamente. De esta forma, se alteran los conceptos y las características de la obra y el autor. El lector ahora es activo y, en ocasiones, llega a confundirse con el autor, pues cada día aumentan los sitios donde se le permite al usuario escribir o editar contenidos.

Luzón (2000 cp. Saba, 2006) considera que con la diversificación de las herramientas de trabajo, también se alteran las funciones. En el caso del periodismo, muchas de las rutinas clásicas de esta disciplina ya no coinciden con las exigencias que deben cumplir los ciberperiodistas.

Según Iragaray (2005 cp. Saba, 2006) el periodista digital debe poder sintetizar la información, ya que en la web la información no se lee de la forma tradicional, sino que se escanea la página de forma vertical. De igual forma, es importante que el periodista incentive la interactividad y la participación en los lectores.

Los periodistas digitales tienen acceso a múltiples fuentes, informaciones y puntos de vista que pueden facilitar la búsqueda de información contextual y, al mismo tiempo, dificultar la jerarquización de la información al momento de presentarla al público. Dada la facilidad para acceder a las fuentes en la red, los periodistas digitales deben ofrecer a la audiencia la posibilidad de encontrar las fuentes originales de cada información. De esta forma, la audiencia podrá ampliar sus requerimientos informativos en función de sus intereses (Gil, 1999).

La crisis de la autoría en los medios digitales se debe a la mayor participación de las audiencias en la redacción, estructuración y edición de las informaciones del medio digital. Los derechos de autor van quedando relegados a la figura del medio impreso (Bellver, 2001).

Con las nuevas tecnologías, presentes de forma mayoritaria desde hace aproximadamente diez años, se afectan los modos de producción y distribución de la información. Sin embargo, los periodistas también se enfrentan a un nuevo público con determinadas exigencias (Aguirre, 2006).

Del lado del periodista estará la valoración y selección de las fuentes más adecuadas para una determinada información, al mismo tiempo que la estructuración de

esta última desde un enfoque multimedia donde el contenido y el diseño de sus elementos tengan igual importancia (Gil, 1999). El periodista digital, además de conocer las posibilidades que le ofrecen las nuevas tecnologías, debe desenvolverse en el lenguaje escrito, sonoro y gráfico, y manejar la interactividad como nueva dimensión de su trabajo (Saba, 2006).

Aguirre (2006) define las actividades que desempeñan los profesionales de la comunicación en el medio digital con la siguiente clasificación:

1. Buscador de información en la red: se encarga de seleccionar de la red aquellos materiales útiles y pertinentes para la elaboración de productos periodísticos.

2. Asistente de información en la red: se trata de un pasante o becario que ordena las respuestas de los usuarios a los diversos servicios interactivos de la página web (foros, comentarios, etc.) y las presenta al equipo de redactores.

3. Periodista de web o ciberperiodista: escribe las noticias, con base en los criterios que rigen la redacción ciberperiodística. Este ciberperiodista debe mantener un equilibrio entre la relación con sus fuentes y la retroalimentación que le ofrecen los lectores. Es el encargado de reportear.

4. Redactor digital: “redacta los contenidos en formato electrónico para diarios y publicaciones digitales. Es una mutación del redactor tradicional”.

5. Freelance digital: “opera autónomamente desde su propia oficina o casa para atender servicios exteriorizados de las empresas periodísticas (*outsourcing*)”.

2.2.6 La narrativa digital:

La narración, el canto y la representación son las tres vías naturales de la comunicación humana. La narración siempre estuvo ligada a las tecnologías de la palabra que describe Walter Ong: la oralidad, la escritura, y ahora, el hipertexto. En los tres casos, la línea narrativa ha progresado, sin perder sus valores esenciales (Rodríguez, 2002).

El hipertexto se originó con la literatura, particularmente con la narrativa literaria. La obra *Rayuela* de Cortázar es quizás una de las más representativas del género, ya que se puede leer de distintas formas y siempre es una historia nueva como consecuencia del empleo del hipertexto. En el mismo sentido de la obra de Cortázar están *Il castello dei destini incrociati*, de Italo Calvino, *Dans le labyrinthe* de A. Robbe-Grillet, *Pale Fire*, de Nabokov, y *Tristram Shandy* de Sterne. En cada uno de estos casos, el lector hipertextual sólo sigue uno de los caminos que se le ofrecen para la lectura (Vega, 2000).

El autor considera que con la llegada de las nuevas tecnologías, la literatura ha entrado en una transición. La computadora permite la expresión de una hiperliteratura mucho más dinámica y abierta que cambia la forma de contar historias.

Los cambios en la forma de presentar la literatura y el periodismo en el medio digital dependerán del uso efectivo de las características del nuevo medio.

Conocer los atributos y las funcionalidades de la web puede permitir que se desarrolle plenamente como un nuevo medio de comunicación. En función de lograr este objetivo, Paul y Fiebich (2005) desarrollaron la teoría de los cinco elementos de la narrativa digital. Estos elementos caracterizan a cualquier contenido que se publique en la web, sea periodístico, literario o de cualquier otro tipo:

1. Medio: “las formas de medios usados en el conjunto de contenido”. En el medio se toma en cuenta la configuración, el tipo, el tiempo y la edición.

a) La configuración se refiere a la cantidad de medios distintos que convergen en el contenido publicado. Pueden darse tres configuraciones diferentes:

-Contenido de medio único: “es la narración de una historia a través de un medio”.

-Contenido de múltiples medios: ocurre cuando dos o más medios convergen en un mismo mensaje. Es el caso de los contenidos compuestos por textos, fotos, vídeos o animaciones.

-Contenido multimedia: Dos o más medios convergen en la presentación del contenido, pero de forma compacta; por lo cual no se pueden separar como elementos individuales.

b) El tipo “se refiere a cuáles medios –texto, fotos, gráficas, audio, video, animación– son usados para contar la historia”.

c) El tiempo considera si un medio se transmite en vivo cuando el usuario entra a la página o si, por el contrario, es grabado.

d) La edición se refiere a las modificaciones sufridas por el contenido antes de su publicación. “El contenido que es mostrado enteramente y no ha sido acortado u organizado en alguna forma por el desarrollador de contenido es llamado contenido en tiempo real”.

2. Acción: Incluye tanto el movimiento del contenido (animaciones) como el movimiento que debe ejecutar el usuario para acceder al contenido.

a) Acción de contenido: Es el movimiento del contenido en sí mismo. Si no existe movimiento se habla de un contenido estático, mientras que si está presente es un contenido dinámico. El contenido dinámico puede deberse a un cambio de posición de los elementos o a la progresión de eventos en una historia. También existe un contenido que combina características dinámicas y estáticas cuando una pieza estática se enlaza con una dinámica.

b) Acción de usuario: Este punto mide el grado de involucramiento necesario para que el usuario pueda acceder al contenido. En la condición pasiva, el contenido dinámico es el único existente, mientras que el usuario no debe moverse. En la condición activa el usuario debe actuar, ya sea con el ratón, el teclado o cualquier otro dispositivo de entrada para que la acción del contenido se presente.

3. Relación: Se refiere a la interacción presente “entre el contenido y el usuario del contenido”.

Paul y Fiebich (2005) consideran que “si el usuario no puede variar su experiencia con el contenido de alguna forma, este es cerrado” mientras que si ocurre lo

contrario se considerará abierto. Para definir la relación entre el contenido y el usuario, es necesario considerar algunos puntos:

a) Linealidad: “Si el usuario puede alterar el orden de acceso –el orden en el cual la historia es contada– el contenido es no lineal”. De lo contrario, es lineal.

b) Personalización: “Si la historia incluye información que puede ser personalizada por el usuario, es contenido hecho a la medida”. Si no es así, se le considera estándar.

c) Posibilidad de cálculo: “Si el contenido puede ser calculado suministrando al usuario un ‘total’, el contenido es considerado computado. Si un cálculo no puede ser llevado a cabo, el contenido es no computado”.

d) Manipulación: “El contenido que puede ser arreglado u organizado por el usuario de alguna manera es contenido manipulado”. En las noticias tradicionales, se considera que el contenido es fijo. Aquí pueden entrar los casos de publicación grupal, como los “wikis” o sistemas de edición colaborativa de los contenidos.

e) Finitud: Cuando el usuario tiene la posibilidad de ampliar el contenido que se le presenta, la historia se considera anexable. En caso contrario, es finita.

Las alteraciones que el usuario pueda hacer en el contenido pueden ser temporales –mientras el sujeto accede a él- o permanentes. La mayoría de las alteraciones son temporales.

4. Contexto: “ubicación del contenido en relación con otros materiales”. Una de las facultades del entorno en línea es la facilidad para publicar enlaces o vínculos que permiten que el lector amplíe o conozca nuevos aspectos sobre el tema que está leyendo. El enlace interno o externo (que lleva a otro sitio web) puede darse dentro de la historia o en una lista de enlaces aparte.

5. Comunicación: “interacción entre el creador y/o los usuarios”, de forma sincrónica (en tiempo real) o asincrónica. Internet no es un medio masivo con un mensaje único como la radio, la televisión, el cine o los medios impresos, sino que es posible que ocurra una comunicación uno a uno, uno a muchos o muchos a uno. En todo

caso, dependerá de la interactividad y las posibilidades de personalización que ofrezca el sitio. Los chats, los foros y el correo electrónico se han convertido en las principales formas de interactividad entre los visitantes de una página y entre éstos y el autor de la página.

2.2.7 Características y modelos de lectura del discurso hipertextual:

En los medios digitales, el lector ya no es un consumidor pasivo de textos. La interpretación y la autoría de los textos se ha vuelto compartida. Aunque el autor propone los itinerarios, el lector decide los que efectivamente activará para crear su ruta (Díaz y Salaverría, 2003).

Para recibir la información, el lector emplea, según McAleese (1999 cp. Díaz y Salaverría, 2003), cuatro estrategias de lectura hipertextual, a saber:

1. Rastreo: “el lector intercala una revisión rápida de los nodos con esporádicos altos en el camino”. Esta estrategia de lectura hipertextual ocurre cuando se realiza una búsqueda específica, mediante una lectura superficial de los nodos de la información.

2. Exploración: El lector no busca una información específica, sino tener una idea general de los contenidos que le ofrece la página y de la forma como éstos están dispuestos.

3. Búsqueda: El lector necesita una información específica, y el conocimiento previo de la estructura de navegación le facilita la búsqueda.

4. Divagación: El lector se desplaza por toda la página, sin buscar una información. Generalmente, el objetivo es la simple navegación por las secciones de la página, aunque ocurre que, en ocasiones, el desplazamiento sea una consecuencia de “la incapacidad de poner en práctica cualquiera de las tres estrategias de lectura”.

Algunas formas de navegar pueden facilitar la recepción y comprensión de los contenidos, mientras que otras pueden entorpecerla (Díaz y Salaverría, 2003).

2.3 Hipertexto e informaciones periodísticas.

2.3.1 Noción tradicional de las informaciones periodísticas:

En los medios tradicionales, el emisor es la organización o empresa que fabrica el medio por el cual la audiencia receptora consumirá la información. En el caso de los medios impresos, el emisor imprime los mensajes en un papel, con sus elementos dispuestos de una manera determinada, y los envía al receptor, quien “sólo recibe datos de salida (output) del emisor y no puede responder por el mismo canal ni por los mismos medios”. El emisor, muchas veces, no tiene una medida de los efectos de sus mensajes (Núñez, 2005).

La lectura de la información y su interpretación por parte del lector es crucial para la adecuada comprensión del mensaje que transmite el medio. En los impresos, el lector se detiene en una información que capta su atención y la leerá hasta cubrir sus necesidades informativas. Esto justifica la estructura de la pirámide invertida en la redacción de las noticias, donde lo más relevante y novedoso se coloca de primero, mientras que la información complementaria va al final (Yus, 2003).

Para Núñez (2005), el modelo tradicional de la comunicación masiva se caracteriza por:

1. Existencia de productores de información separados de sus públicos: las diferencias entre los emisores y los receptores son evidentes y sus roles no pueden intercambiarse.
2. Formatos diferentes: los medios tradicionales “obedecen a distintas lógicas atómicas”, no se mezclan entre sí.
3. Transmisión de uno-para-todos: “el receptor sólo consume información, la misma que recibe cualquier otro miembro del público”.
4. Mensajes adheridos a los medios: “el mensaje viaja con su interfaz”.

5. Mensajes unidireccionales: El receptor no tiene la posibilidad de contestar a los mensajes por el mismo canal y en tiempo real.

6. Feedback asincrónico y asimétrico: “La respuesta del receptor al emisor se realiza posterior a la recepción misma de la información”.

El profesional de la información en los medios tradicionales se preocupa por la novedad y utilidad del mensaje, así como la verificación de los datos y las fuentes. En todo momento, se hace imprescindible mantener el sentido informativo del texto y considerar al receptor (Edo, 2003).

“El estilo, la manera de presentar los hechos, va en el periodismo unido a la brevedad, a la exactitud, a la precisión y, más que a cualquier otra cosa, a la realidad” (Edo, 1998 cp. Edo, 2003).

En el periodismo impreso existen tres tipos básicos de código:

1. Lingüístico: Es el lenguaje escrito, compuesto por letras y signos de puntuación.
2. Para-lingüístico: Recursos gráficos que resaltan los textos.
3. No lingüístico: Imágenes, fotos, gráficos (Verón, 1969 cp. Edo, 2003).

Martínez (1991 cp. Edo, 2003) recomienda que el lenguaje del periodismo impreso sea correcto gramatical y ortográficamente; conciso, con el empleo de frases cortas; claro, a través de los verbos activos en modo indicativo; orientado al lector, con la presentación de descripciones y la jerarquización; colectivo, por la revisión de distintos profesionales antes de la publicación; y mixto, ya que mezcla los códigos lingüísticos, para-lingüísticos y no lingüísticos.

Al igual que sucede con el periodismo impreso, Edo (2003) establece unos códigos propios para el periodismo radiofónico y para el televisual y cinematográfico:

El periodismo radiofónico se compone de la palabra, la música y los efectos sonoros, mientras que el televisual y cinematográfico presenta un código icónico o imagen, un código lingüístico o palabra, y un código sonoro que agrupa a la música y los efectos sonoros.

El autor recomienda que el periodismo radiofónico utilice oraciones breves, palabras sencillas y comprensibles, que preste especial atención a la entonación, y evite la cacofonía. En el periodismo televisual y cinematográfico importan la velocidad para presentar la información y la forma como se muestra al público, a través del encuadre y el montaje.

Los medios de comunicación de la era digital, al momento de surgir, imitaron el lenguaje propio de los tradicionales. Con el tiempo, configuraron y desarrollaron sus propias características y formas de presentar la información (Edo, 2003).

2.3.2 Reconfiguración de la información periodística a partir de la teoría informativa del hipertexto:

Internet empezó a manejar los contenidos de forma similar a como lo había hecho el periodismo impreso. Sin embargo, al poco tiempo comenzó a incorporar en las noticias e informaciones digitales las características propias del nuevo medio: su hipertextualidad a través del sistema de nodos y enlaces, la interactividad y la multimedialidad.

Núñez (2005) define la nueva forma de manejar la información en los medios digitales a través de un esquema cibernético de la comunicación, en el cual el usuario es tanto el emisor como el receptor. Este usuario es “desindustrializado, descentralizado, asincrónico y automatizado”. El mensaje se define como el “contenido digital que se transporta del emisor al receptor”, mientras que el canal se convierte en la “infraestructura analógico-digital” que permite que se dé el proceso comunicativo.

Internet se constituye en un nuevo medio, un lugar interactivo, no secuencial y múltiple, desde donde se puede acceder al mensaje. El autor enuncia que la bidireccionalidad propia del medio modifica sustancialmente el concepto de retroalimentación que se maneja en los medios tradicionales, y puede ser sincrónica (en tiempo real) o asincrónica.

En los medios digitales “lo interpersonal y lo masivo se funden” y el contenido, dividido en bloques de información, adquiere la máxima importancia. Al ser medios de uso independiente o personal, cada usuario experimenta una navegación única, que le permite enviar instrucciones a la máquina y obtener respuestas (Núñez, 2005).

Según Jiménez y Huerta (2002 cp. Alonso y Martínez, 2003), la prensa digital ha sufrido cuatro períodos importantes:

1. La reproducción intacta de los contenidos impresos, sin imágenes.
2. La inclusión de los elementos audiovisuales y la semejanza de las páginas de los medios con los portales web. Aparece el hipertexto como lectura no secuencial.
3. Aumento de las aplicaciones multimedia y creación de contenidos de entretenimiento.
4. Implementación de contenidos exclusivos para la versión web del medio y aumento de la interactividad.

La ventaja principal de los diarios digitales está en que ofrecen información actual que se actualiza con cierta regularidad, además de que pueden presentar enlaces a las fuentes originales de la información (Alonso y Martínez, 2003).

Otra singularidad de la web se encuentra en el hecho de que los códigos para-lingüísticos y no lingüísticos se equiparan a los códigos lingüísticos, propios del periodismo impreso. Los elementos audiovisuales y textuales se unen en los hipermedia (Edo, 2003).

En las formas actuales de redacción de contenidos para la web prima la escritura de textos breves de calidad y narraciones escuetas pero que a la vez incluyan toda la información necesaria. El autor considera que la pirámide invertida reaparece en los medios digitales, con la diferencia de que ahora los contenidos que la conforman están fragmentados en dos bloques: el contenido de la página inicial y el resto de la información, a la cual se accede luego de hacer clic.

Básicamente, la estructura que se sigue para la publicación de noticias en la portada del sitio web consta de los titulares, la entrada y los enlaces. Los textos de la página principal del sitio pueden ir firmados, si se trata de contenido propio de la redacción, pueden explicar gráficos o estadísticas o puede tratarse de pies de foto o leyendas (Edo, 2003).

El autor recomienda que los titulares se redacten en tiempo presente y en forma activa. El titular debe ser corto y afirmativo y puede estar constituido por un antetítulo, un título y un sumario. Se recomienda que los enlaces sean textuales para evitar la ambigüedad que podría suponer el empleo de iconos.

En la entrada se mantiene el uso de la voz activa, la claridad en el lenguaje y la ausencia de interrogaciones y negaciones. El resto del texto informativo tiene como base la narración y la descripción, y las fuentes utilizadas deben quedar explicadas y justificadas, en aras de impedir la divulgación de informaciones inexactas o no confirmadas (Edo, 2003).

A pesar de que en el medio digital se pueden aplicar las mismas formas de atribución de las fuentes que se utilizan en el periodismo tradicional, el autor afirma que la más usada en los últimos tiempos ha sido la inclusión de vínculos, dentro del texto, que remiten al lector a la página de la fuente original de la cual se extrajo la información.

Según Mencher (2000 cp. Edo, 2003), las fuentes en la red “abarcan un amplio espectro -personales, físicas, académicas o gubernamentales- y exigen ciertas cautelas que confirmen los datos” (p. 332).

Si en los medios tradicionales es importante la confirmación de todas las informaciones que se vayan a publicar, en los medios digitales esta norma está adquiriendo cada vez mayor importancia, ya que se estima que actualmente la red la utilizan más del 95% de los profesionales de la información en el mundo para buscar informaciones o ampliarlas (Edo, 2003).

El autor confirma que los estudios que se han hecho para evaluar la lectura de los medios digitales determinaron que, para la web, se debería escribir entre 25 % y 50 % de lo que se escribe para los medios impresos. Esto se debe a que la lectura de los contenidos es menor en los medios digitales. El periodista digital debe estar consciente de esta situación para redactar textos más cortos y cercanos al público.

2.3.3 Estructuras hipertextuales del periodismo:

Díaz y Salaverría (2003) definen dos tipos de estructuras: cerradas y abiertas. Las cerradas tienen un solo inicio y un solo final. Las estructuras abiertas pueden tener varios comienzos, varios finales o presentar una mezcla de ambos.

Engbretsen (2001 cp. Pérez, 2003) habla de dos estructuras hipertextuales básicas: axiales y en red. Las estructuras axiales constan de un nodo principal o tronco del cual parten las demás ramificaciones, mientras que en las estructuras reticulares todos los nodos o bloques de información están conectados entre sí. En la práctica, ambas estructuras se mezclan, aunque siempre una prima sobre la otra.

Para Cores (2004) la estructura reticular carece de eje o información principal, por lo que los enlaces se relacionarán por criterios propios del autor o por una finalidad precisa de ésta para la organización de los contenidos.

Lamarca (2006) considera la existencia del hipertexto de nodos encadenados o unión de nodos, el cual permite el acceso a cualquier nodo que forme parte del hipertexto. Es una nueva denominación de la estructura reticular.

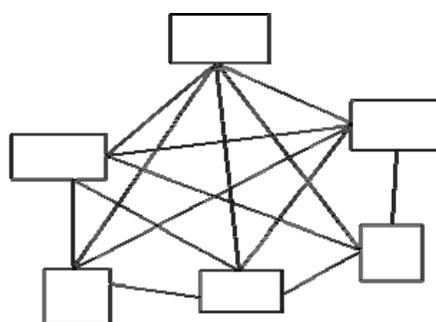


Fig. 1: Hipertexto de nodos encadenados. Tomado de Lamarca (2006)

En el hipertexto estructurado, no todos los nodos se interrelacionan. El diseñador o arquitecto de la información de la página web determinará la unión de los elementos y la forma como los usuarios podrán acceder a los contenidos.

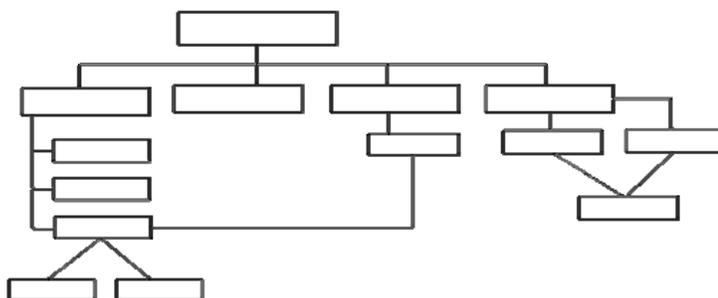


Fig. 2: Hipertexto estructurado. Tomado de Lamarca (2006)

En el hipertexto jerarquizado los conceptos generales se dividen en aspectos detallados, y éstos en subcategorías que explican la información. Tanto el hipertexto estructurado como el jerarquizado son tipos de hipertexto axial.

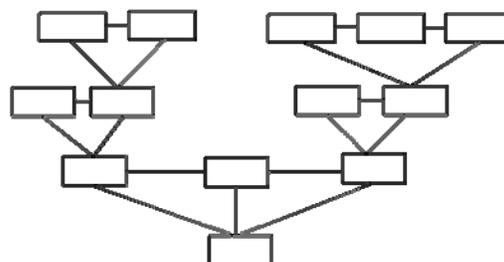


Fig. 3: Hipertexto jerarquizado. Tomado de Lamarca (2006)

De forma general, Díaz y Salaverría (2003) consideran la existencia de cuatro estructuras: lineales, paralelas, arbóreas y reticulares.

Para los autores, la estructura lineal es la que se usa en el periodismo impreso. Se presenta cuando un documento básicamente lineal presenta alternativas para seguir nuevos itinerarios. La estructura multilineal consta de varias entradas y una estructura paralela. Cada nodo tiene uno que lo precede y otro que lo continúa, en progresión lineal. En las estructuras paralelas existe un solo nodo de entrada que se divide en varios nodos que se conectan de forma lineal.

La organización arbórea es la estructura abierta clásica, donde un nodo se divide en varios caminos u opciones que pueden subdividirse o no. Lo importante es que los nodos finales son independientes. La estructura arbórea con barreras se presenta cuando el usuario no puede pasar a alguno de los nodos hasta no haber cumplido un requisito preestablecido (Díaz y Salaverría, 2003).

Los autores definen a la estructura reticular como la que se origina a partir de otras estructuras y del aprovechamiento exagerado de sus posibilidades relacionales. Las estructuras mixtas también se originan de la combinación de las demás estructuras.

2.3.4 Jerarquía informativa

Con el auge de las telecomunicaciones y la creación y el desarrollo de Internet, existe una vasta información a disposición de los ciudadanos comunes. El ciberperiodismo debe orientar su labor hacia el filtrado y la selección de la información relevante y realmente útil (Yus, 2003).

Con la inmediatez propia del medio digital, los diarios digitales incorporan los nuevos acontecimientos noticiosos en el momento exacto en que se producen. El diseño del ciberperiódico, según las consideraciones del autor, debería permitir manejar esta particularidad para obtener su autonomía con respecto a su versión impresa.

En Internet, los contenidos no se organizan igual que en un periódico impreso, donde las informaciones principales son destacadas en la parte superior de la página. Armentia, Caminos, Elexgaray y Merchán (2000, cp. Yus, 2003), destacan las consecuencias de la ausencia de jerarquía informativa en los medios digitales, al menos en la forma como ésta se presenta en los medios tradicionales. Los autores consideran que las características del manejo de la información en Internet generan los siguientes efectos:

1. Se pierde la interrelación entre los elementos de los textos.
2. Se elimina la idea de la página, tal como se concibe en los medios impresos.
3. Los textos ya no se manejan en la modalidad de centímetro por columna.
4. El empleo de la fotografía no siempre determina la importancia de una determinada información sobre el resto.
5. Los criterios generales que otorgan importancia a las noticias en el medio impreso no tienen aplicación directa en los medios interactivos.

Según López (2003), la jerarquización en el ciberperiodismo corresponderá al ciberperiodista, quien podrá resaltar la importancia de una determinada información con base en el orden de su presentación o en el tamaño que ocupa el contenido desplegado.

2.3.5 Géneros informativos:

Los géneros periodísticos son las formas de expresión que puede emplear el periodista para narrar. A través de un proceso de semantización, el periodista interpreta la realidad y la recrea por medio de los géneros periodísticos informativos, de los cuales se destaca la noticia. El proceso de redacción de una noticia implica un doble proceso de selección: por un lado, debe elegir los hechos y los datos que narrará, y por el otro debe escoger las palabras que serán más adecuadas para dar a comprender el mensaje al público (Pérez, 2003).

Según el autor, en los géneros informativos el periodista asume una actitud más impersonal y la estructura noticiosa por excelencia es la pirámide invertida, según la cual los contenidos más recientes e importantes se ubican en la base de la pirámide, mientras que los elementos contextuales se ubican en la punta. Las noticias tienen como función principal narrar hechos con claridad y concisión. Los datos deben orientarse a responder a las preguntas: qué, quién, cuándo, cómo, dónde y por qué.

El medio en el cual se difunda la noticia será determinante para las características que ésta podrá presentar y los tipos de contenidos que ofrecerá al público (Pérez, 2003). De esta forma, los géneros periodísticos, al entrar en los medios digitales, se enlazan con sonidos, vídeos, animaciones, imágenes e informaciones relacionadas, gracias a la condición hipertexto de Internet (Sandoval, 2003).

En la portada del medio digital, los géneros periodísticos presentan un resumen de la información que se suele llamar *teaser*. Para el lector horizontal o superficial, la lectura del *teaser* bastará, mientras que el lector vertical seguirá el hipervínculo al que lo

lleva el *teaser* para ampliar la información. El autor recomienda que para que este *teaser* sea completo y atraiga al lector conteste a las seis preguntas básicas: qué, quién, cuándo, cómo, dónde y por qué.

Para López (2003) las características del hipertexto en la red otorgan una importancia al género del reportaje, al permitir presentar informaciones con la profundidad que el usuario desee. La acepción original del reportaje es que permite abordar un hecho noticioso, conocido por la opinión pública, con mayor detenimiento, al consultar diferentes fuentes, antecedentes y documentación complementaria. En Internet, es posible alcanzar la “ampliación de la noticia”, a través de hipervínculos que permiten al lector profundizar tanto como lo desee. De igual modo, otras tecnologías han propiciado el desarrollo de reportajes multimedia y la creación de secciones especiales en los diarios digitales. Un ejemplo de ello se encuentra en medios como *El País* de España, BBC de Londres, *Clarín* digital.

2.3.6 Hacia la sociedad interactiva

Rheingold (1993 cp. Castells, 2000) predijo la creación de una nueva comunidad donde la gente se congregaría virtualmente para compartir intereses comunes.

Actualmente la comunicación digital ha penetrado todas las esferas del ser humano. Algunas características del medio, como su informalidad, espontaneidad y anonimato han propiciado una nueva oralidad, como la que expresaba Walter Ong en su texto *Oralidad y Escritura* (Castells, 2000).

Internet ha puesto al alcance de los ciudadanos comunes una gran cantidad de información, que antes estaba restringida a los periodistas, bibliotecólogos y demás profesionales que trabajaban con datos. La web ha democratizado el acceso a los medios de comunicación (Sandoval y Yuste, 2004-2005).

Bowman y Willis (2003) definen al periodismo participativo como “el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información”. Se trata de un proceso emergente, donde el control de la información viene de la base y no de una estructura burocrática.

El verdadero periodismo interactivo o participativo se ha creado con los blogs o bitácoras, sitios web de gestión simple, que no implican conocimientos especializados de diseño web y que le otorgan al individuo la posibilidad de escribir en la web sobre sus gustos, viajes, problemas, etc. Cada lector del blog tiene la posibilidad de responder a los mensajes del autor, lo cual potencia la interactividad entre ambos participantes (Bowman y Willis, 2004-2005). Los mensajes se publican de forma inversa al orden cronológico (Bowman y Willis, 2003).

Jorn Barger acuñó por primera vez el término “weblog” en 1997 para referirse a una selección de enlaces a sitios interesantes que había colocado en su sitio *Robot Wisdow* (Orihuela, 2006). Los primeros weblogs consistían en herramientas que permitían comentar los enlaces favoritos de los autores.

A partir de 1999, esta idea se hizo extensiva, a través los primeros servicios de publicación en la web, entre los cuales destaca Blogger.com. El mayor directorio de blogs, Technorati.com, estima que cada segundo se crea un blog en el mundo (Martínez, 2006).

En los blogs, el hipertexto también permite incluir vínculos a otras páginas de este tipo para armar los blogrolls o listas de blog. Quizás uno de los aspectos más destacados de estos entornos participativos está en el hecho de que en tan sólo algunos años se han situado como referentes de la opinión pública y permiten niveles de libertad que aún no existen en los medios tradicionales, los cuales están sujetos a presiones de diverso orden (Sandoval y Yuste, 2004-2005).

Castells (2000) considera que “las comunicaciones por ordenador podrían ofrecer una oportunidad para revertir los juegos tradicionales de poder en el proceso de comunicación”.

Los blogs o weblogs son un ejemplo de las nuevas formas de socializar y comunicar que ofrece el entorno tecnológico. La potenciación y el mayor desarrollo de los blogs se ha producido con los conflictos internacionales como la guerra de Irak o con circunstancias naturales adversas, en las que los ciudadanos han tenido la oportunidad de narrar sus propias vivencias como testigos o protagonistas (Sandoval y Yuste, 2004-2005).

En Corea del Sur, el periodismo participativo ya es una realidad. A través del sitio web ohmynews.com, los ciudadanos seleccionan y escriben las noticias, en una clara provocación hacia los medios tradicionales que restringen la participación (Bowman y Willis, 2003). Este sitio posee 35 mil reporteros repartidos en más de veinte países del mundo (Martínez, 2006).

3. La noticia digital

3.1 Caracterización

Armentia (2000 cp. Álvarez, 2003) sostiene que en los medios digitales la lectura de los contenidos es 25% más lenta que cuando éstos están impresos. García (1998 cp. Álvarez, 2003) considera que el tiempo medio que los usuarios invierten para la web es de siete minutos; es decir, tres veces menor que el dedicado a la lectura de la prensa escrita”.

Los ciberperiódicos han estructurado sus páginas principales con las informaciones más importantes. Al hacer clic, el usuario se encuentra con la noticia digital, la cual no debería exceder de las cuatro pantallas y debería estar separada en secciones con sus respectivos vínculos (Álvarez, 2003).

Para López (2002 cp. Álvarez, 2003) “los diarios digitales han copiado muchas de las técnicas estilísticas y narrativas de los periódicos convencionales, al tiempo que han ido buscando un lenguaje propio”. Precisamente en la búsqueda de ese lenguaje y en la definición de las características que la convierten en un producto distinto de la versión impresa, la noticia digital se ha constituido como un medio inacabado, ampliable (Álvarez, 2003).

El periodismo digital, según el autor, tiene cinco características básicas que definen la forma de presentación de los contenidos en la web:

1. **Multimedialidad:** Los textos, el audio y la imagen conviven en un mismo soporte. El medio digital engloba tanto a los medios audiovisuales como a los impresos.

2. **Hipertextualidad:** El hipertexto les otorga profundidad a los medios digitales. Las informaciones se estructuran por capas de contenido: título, entradilla (sumario en Latinoamérica), información completa, consulta multimedia y contenidos complementarios, y elementos participativos.

3. Instantaneidad: En Internet, los contenidos se actualizan en el momento justo de su ocurrencia y se van acumulando para dar una idea de las noticias de último minuto.

4. Interactividad: Para que los hipermedia tengan sentido es necesario que el usuario participe en los contenidos y que rompa con la concepción del receptor pasivo. Las posibilidades de participación, en la mayoría de los sitios de noticias, se refieren a los foros, chats y recomendaciones.

5. Universalidad: Internet no tiene fronteras. Cualquier usuario con acceso libre a la red podrá acceder a los contenidos publicados en la superautopista de la información.

3.2 Estructuración de sus elementos:

En la presentación de la noticia digital, sus elementos se estructuran, comúnmente, a través de la pirámide invertida. Para generar impacto en la audiencia, la titulación debe ser llamativa y autónoma. La entrada debe ofrecer lo más importante de la información de forma amena y atractiva. En el cuerpo, dividido por intertítulos, se ampliará lo expuesto en la entrada, a través de párrafos cortos que traen elementos novedosos hasta que se llega a un cierre sugestivo. Los contenidos siempre se pueden actualizar (López, 2003).

La pirámide invertida “se rejuvenece ahora con los cibermedios para seguir vigente, aunque con características diferentes que se adaptan al nuevo espacio y a su exigencia de fragmentar la información” (Edo, 2003, pp. 365-366).

La autora considera que el esquema de la pirámide invertida se divide en dos partes específicas: el texto de la página inicial y la información completa a la que lleva ese texto, con la información ordenada en función de la relevancia.

Las imágenes, los vídeos y los sonidos aportan nueva información al texto. Los enlaces permiten que sea el usuario quien decida hasta cuándo desea recibir información (López, 2003).

Cuando se escribe para la web, los primeros párrafos cobran una importancia adicional, ya que muchos lectores sólo escanean las noticias en búsqueda de los datos más importantes para estar informados de los hechos (Sandoval, 2003).

Los titulares deben ser informativos, afirmativos y cortos, y responder al esquema de redacción de las oraciones simples: sujeto-verbo-complemento (Edo, 2003).

López (2003) recomienda que la cabeza de titulación sea suficiente, autónoma y que motive a los lectores a leer la noticia. “Debido a los múltiples usos que tienen los titulares en la Red, es esencial que sean inteligibles fuera del contexto de la historia” (Sandoval, 2003, p. 431).

La autora aconseja que las palabras que sólo tienen sentido para una comunidad específica no se coloquen en los sitios web, ya que las noticias pueden ser leídas por cualquier persona en el mundo con acceso a internet. De igual forma, recomienda que el titular se extraiga del párrafo inicial de la noticia, y se redacte en tiempo presente y voz activa.

El *teaser* es la presentación de la noticia en la portada, y su función es atraer al lector hacia el hecho noticioso. El gancho o *teaser* se vincula a la página de la noticia, y puede o no coincidir con la entradilla o sumario. Puede estar formado por texto, por elementos gráficos o por una mezcla de ambos, en cuyo caso se llamaría hipermediático” (Sandoval, 2003).

Ward (2002 cp. Sandoval, 2003) aconseja que el *teaser* sea exclusivamente una frase en tiempo presente. El *teaser* puede hipervincularse parcial o completamente con la noticia y su texto no debe sobrepasar las doscientas palabras (Sandoval, 2003).

La misma autora realiza una clasificación de los tipos de *teaser* con base en la longitud, el nivel de información y la función que desempeña. Con respecto a los dos primeros puntos, la clasificación es la siguiente:

1. *Teaser* de palabras o de título: la información se muestra lo más corta posible, casi de forma telegráfica. Existe una correspondencia entre algunas palabras del *teaser* y del título.

2. *Teaser* de título más texto: el título o el texto pueden llevar el hipervínculo o sólo uno de ellos. Cuando termina el texto se incluyen las palabras “seguir”, “continuar” o similares.

3. *Teaser* de texto y fotografía: tanto el texto como la fotografía pueden estar hipervinculados.

4. Foto *teaser* o fotonoticia: la fotografía presenta la noticia. Puede estar acompañada de un pie de foto o texto breve.

Sobre la base de la función que desempeña el *teaser*, Sandoval (2003) hace la siguiente clasificación:

1. *Teaser* de impacto: consta de una frase corta y determinante.

2. *Teaser* de resumen: la información se sintetiza al máximo.

3. *Teaser* de *lead* del sumario: responde a la mayoría de las preguntas clásicas: qué, quién, cuándo, cómo, dónde y por qué.

4. *Teaser* de pregunta o formulación directa: consiste en una interrogante.

5. *Teaser* de anuncio: se especifica el tema concreto sobre el que trata la noticia.

6. *Teaser* por omisión: no ofrece todos los datos sobre la noticia. La idea es motivar al lector a que lea la noticia completa.

El *teaser* lleva directamente al contenido de la noticia. La autora estima que “un texto no debe ocupar más de dos pantallas (es decir, más de dos niveles de profundidad hipertextual)” (p. 436).

El primer párrafo de la información, llamado también *lead*, se escribe usualmente con la fórmula de las 5w-H; es decir, se responde a las seis preguntas básicas o a la

mayoría de ellas. Diezhandino (1994 cp. Sandoval, 2003) recomienda que un lead no sobrepase las 35 palabras y que resuma lo más importante de la información.

La información contenida en el cuerpo se estructura en párrafos cortos que se intercalan con datos nuevos (López, 2003). “Armentia et al. (2000a) sugieren que cada fragmento no supere las 25 líneas de texto, ya que así el lector no tiene que recurrir a las barras de desplazamiento en la pantalla” (Yus, 2003, p. 344).

Sandoval (2003) considera la existencia de dos tipos de enlaces: internos y externos. Los primeros se dividen en:

1. Enlaces de navegación: guían al lector por el sitio web.
2. Enlaces que llevan al usuario a otros bloques de la misma información en la misma página. Esta información puede ser textual, gráfica, animada, etc.
3. Enlaces que llevan a otros contenidos actuales o almacenados en archivo que se relacionan con el tema de la noticia.

La autora define como enlaces externos a los que transportan al usuario a sitios exteriores.

Ward (2002 cp. Sandoval, 2003) aconseja algunas normas para presentar noticias en Internet. Éstas son:

1. Contener el logo o el título del sitio en todas las páginas.
2. Mostrar la autoría de todos los contenidos.
3. Indicar la fecha de creación.
4. Redactar títulos informativos.
5. Indicar el área del sitio en la que se encuentra el usuario.
6. Hipervincular a la página principal.
7. Hipervincular a un esquema o mapa del sitio.
8. Proveer de un cuadro de búsqueda.
9. Resumir las secciones que el usuario puede visitar.

10. Vincular a contenidos web relacionados.

Méndez (2006) reseñó los hallazgos de los administradores del sitio web Analitica.com, presentados en el Congreso 2.0 de Periodismo Digital, realizado en Maracay en octubre de 2005. Con seis años de experiencia en la web, los creadores de esta página conciben la redacción para Internet como un sistema conformado por:

1. Hipertexto: la página puede ofrecer vínculos a sitios relacionados que satisfagan las necesidades de los internautas interesados en profundizar en un tema específico.

2. Contratexto: De entre los enlaces que se le ofrecen a la audiencia, puede haber algunos que contradigan lo que el propio medio está proponiendo.

3. Multimedia: La cantidad de elementos multimedia que se utilicen dependerá del público específico al cual se dirige el sitio.

4. Interacción: La comunicación entre el administrador del sitio y el público debe incrementarse para fortalecer al nuevo medio.

5. Correo electrónico: Se debe considerar que los contenidos eficaces de un sitio web también podrán distribuirse entre los usuarios a través de los servicios de correo electrónico.

3.3 Arquitectura de información:

La arquitectura de la información, que crea diseños para la organización efectiva de información, y la usabilidad, que estudia el funcionamiento de las interfaces, buscan que el usuario se sienta satisfecho al interactuar con las nuevas tecnologías de la información. Del arquitecto de información se esperan conocimientos básicos en diseño gráfico, documentación, periodismo, mercadeo e informática, entre otras disciplinas (Montes de Oca, 2005).

A través de ambientes intuitivos, la arquitectura de la información pretende organizar, recuperar y presentar la información. Básicamente se trata de que las

aplicaciones imiten la forma de organización de la mente humana (Baeza-Yates, Rivera y Velasco, 2004).

Nielsen (2000) considera que en los sitios web el contenido debe ocupar entre 50% y 80% de la página. El porcentaje restante será destinado a los elementos de diseño. Las páginas de inicio deberían contener un directorio de las áreas de navegación, un resumen de las noticias y un cuadro de búsqueda.

Los esquemas de organización de la información (EOI) más usados son los alfabéticos, los cronológicos y los geográficos. Sin embargo, también existen los EOI ambiguos, los cuales “dividen la información en categorías que proponen definiciones exactas. Están impregnados por la ambigüedad del lenguaje y de la subjetividad humana (Montes de Oca, 2005).

El autor explica que la función de las estructuras de organización de la información (ESOI) estriba en definir “los caminos primarios sobre los cuales los usuarios podrán navegar”. Las ESOI incluyen:

1. La jerarquía: En las estructuras jerárquicas, el usuario puede rastrear la web para obtener una idea previa de los contenidos.
2. El hipertexto: Consta de nodos o bloques de información y de enlaces. Los nodos se pueden conectar jerárquicamente, de forma no jerárquica o de ambas formas.
3. Modelo de bases de datos relacionales: la audiencia puede efectuar búsquedas personalizadas en la página, a través de la verificación de ciertos términos en distintas bases de datos.

En la práctica de la arquitectura de la información adquieren gran importancia los sistemas de navegación (SN), los cuales pueden estar formados por gráficos, barras o menús (Montes de Oca, 2005).

Según este autor, existen cuatro tipos de SN: jerárquicos, globales, locales y específicos.

1. Sistemas de navegación jerárquicos: Son los más tradicionales. En la página inicial se presentan vínculos a todos los contenidos del sitio web.

2. Sistemas de navegación globales: Permiten explorar el sitio web en sus múltiples dimensiones. Múltiples barras de navegación se complementan para abarcar a todo el contenido.

3. Sistemas de navegación locales: Complementan a los sistemas de navegación globales en aquellos sitios web muy complejos, debido a que están divididos en múltiples secciones.

4. Sistemas de navegación específicos: Los enlaces se encuentran dentro del texto corrido por lo que no pertenecen a ninguno de los otros sistemas de navegación. En este sistema de navegación no se emplean las barras.

Fidalgo (2002, cp. Montes de Oca, 2005) define la usabilidad como “la medida de la utilidad, facilidad de uso, de aprendizaje y satisfacción de un sistema o producto para conseguir unos objetivos específicos”. Todo sitio web deberá considerar las necesidades de sus visitantes.

Las necesidades de los usuarios pueden evaluarse a través de estudios de comportamiento visual o “eyetrack”. El grupo Alt64 desarrolló, durante el 2005, el estudio *Eyetrack Medios España*, mediante el cual evaluaron el comportamiento visual y la influencia de la publicidad online en diecisiete personas, entre 14 y 65 años de edad, frente a un monitor. Los resultados obtenidos arrojaron que los hombres leen las páginas web en forma de zigzag, mientras que las mujeres lo hacen verticalmente.

El estudio *Eyetrack Medios España* también determinó que las entradillas no se leen en la mayoría de los casos y que más del 60 % de los sujetos estudiados fijaron la mirada en la publicidad online.

Para emplear la usabilidad en la página de inicio, la parte más importante de un sitio web desde el punto de vista de identidad organizacional, Nielsen (2002, cp. Montes de Oca, 2005) recomienda iniciar con un encabezado que resuma la labor de la empresa, titular con el nombre de ésta y una descripción, separar la información corporativa del resto, jerarquizar la información, añadir un cuadro de búsqueda, facilitar el acceso a los elementos más recientes, diseñar y publicar gráficos relevantes.

La usabilidad puede actuar como un complemento de la arquitectura de la información a través de los mapas del sitio, los cuales deben servir para aclarar las secciones del sitio web y sus jerarquías (Montes de Oca, 2005).

Baeza-Yates et al. (2004) definen tres tipos de pruebas de usabilidad: automatizadas, de expertos y con usuarios reales.

Para los autores citados, las pruebas automatizadas emplean un sistema automático para evaluar los vínculos, detectar la compatibilidad con los navegadores y verificar la alineación del texto, entre otros puntos. Las pruebas con usuarios reales ponen a prueba los sistemas con la impredecibilidad característica de los seres humanos, que no puede igualar máquina alguna, y las pruebas con expertos permiten obtener recomendaciones por parte de personas calificadas, que pueden ser ingenieros, diseñadores gráficos, psicólogos o webmasters.

Nielsen (2002 cp. Montes de Oca, 2005) enuncia que para medir la usabilidad, se toma el tiempo que tarda un usuario en ejecutar una serie de acciones en la página, el porcentaje de error en la ejecución, el porcentaje de tiempo sin errores y la cantidad de veces que el usuario debe devolverse para definir su ubicación en el sitio”. El mismo autor describe los principales errores de usabilidad:

- Uso de marcos o ventanas divididas, que rompen el espacio que intuye el usuario.

- Empleo exagerado de los efectos visuales.

- Uso indiscriminado de elementos en movimiento.
- Conformación de direcciones URL complejas.
- Estructuración de páginas sin referencias o enlaces a la página principal.
- Creación de páginas que sólo pueden visualizarse completas debido al desplazamiento o scroll.
- Explicación escasa de la estructura del sitio web.
- Ausencia de marcas o diferencias entre los hipervínculos y los textos que carecen de enlaces.
- Poca actualización de los contenidos.
- Demora en la descarga de la página.

Ward (2002 cp. Sandoval, 2003) recomienda los siguientes puntos al presentar las noticias en la Red:

1. “Contener la identidad del sitio, normalmente un logo o título”.
2. “Establecer quién creó el contenido”.
3. “Decir cuándo fue creada o revisada”.
4. “Proveer al contenido de un título informativo”.
5. “Indicar en qué área del sitio está el usuario en cada momento”.
6. “Suministrar un hipervínculo a la página principal”.
7. “Suministrar un hipervínculo a un índice o mapa del sitio”.
8. “Proveer de una opción de búsqueda en el archivo del medio”.
9. “Suministrar un resumen de los otros lugares del sitio”.
10. “Vincular a contenidos web que están especialmente relacionados”.

Para que los usuarios no se pierdan en el laberinto de vínculos que supone la navegación por Internet, el diseñador de una página debería mantener la codificación tradicional de colores en los vínculos, según la cual los enlaces no visitados se mostrarán en azul, mientras que los que ya se abrieron aparecerán en morado (Nielsen, 2000).

El autor considera correctas las interfaces de navegación cuando el usuario puede responder, en cualquier sección de la página, dónde está, dónde ha estado y a dónde puede ir. Cuando haya una arquitectura deficiente de información habrá igualmente una baja usabilidad.

3.4 Evolución de la noticia en los medios interactivos:

Cuando iniciaron las nuevas tecnologías, los medios digitales pioneros, con clara influencia del periodismo tradicional, empezaron a experimentar con nuevos soportes de la información, pero no habían alcanzado la madurez necesaria para convertirse en productos independientes de su medio de origen (Cely, 2006).

Cabrera (2001 cp. Yus, 2003) define cuatro fases para la evolución de los ciberperiódicos:

1. Modelo facsimilar: Se escanean y publican en Internet las páginas del periódico impreso.
2. Modelo adaptado: Aparecen los vínculos y algunos cambios en el diseño, pero el texto sigue siendo invariable.
3. Modelo digital: El ciberperiódico y el periódico impreso son distintos visualmente. El primero apela a la interactividad y ofrece servicios propios.
4. Modelo multimedia: La interactividad y la variedad de formatos para la presentación de la información se aprovechan en su máxima expresión.

Hoy en día, los aspectos que diferencian ambos tipos de periodismo (el impreso y el digital) son:

1. Inmediatez: El periódico impreso no le ofrece al lector la noticia de forma instantánea.
2. Ubicuidad: Se puede acceder al ciberperiódico desde cualquier parte del mundo con conexión a Internet.

3. Tiranía de la pantalla: Los textos para la web deberían ser más cortos que para la versión impresa o estar separados en bloques que se abran en ventanas independientes.

4. Interactividad: El periódico digital ofrece mayores posibilidades de retroalimentación. Tal es el caso de la inclusión del correo electrónico del redactor de la noticia o de los demás empleados del medio, así como las encuestas en línea.

5. Multiplicidad de formatos en una misma página: La imagen, el sonido, el texto y los recursos visuales comparten la pantalla en un todo integrado (Yus, 2003).

3.5 Estudios anteriores sobre la noticia digital:

1. En el año 2003, Sonia Pérez presentó su tesis de doctorado, titulada *El concepto del hipertexto en el periodismo digital: análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles*.

A través del trabajo de doctorado, Pérez analizó las estructuras hipertextuales de los periódicos *El País*, *El Mundo* y *ABC*. Los resultados a los que llegó hablan de que en ninguno de los tres diarios hay variaciones sustanciales entre las noticias impresas y las digitales, la información no se fragmenta adecuadamente en nodos y el diario *ABC* actualiza con mayor frecuencia las noticias. Los elementos multimedia son escasos, así como los servicios que invitan a la participación del usuario.

2. En el 2003, igualmente, Rosana López Carreño realizó la investigación *Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos*, donde analizó 17 portales de medios españoles, tomando en cuenta sus productos informativos, productos documentales y servicios de valor añadido.

La investigadora concluyó que los portales más avanzados o que se encontraban a la vanguardia digital al momento del estudio eran aquellos pertenecientes a los grandes

grupos de comunicación y que en todos los casos había una preponderancia de los productos informativos sobre el resto.

3. La revista *Enter* y el periódico *El Tiempo* desarrollaron en el 2005 el estudio *Hipermedia e Interactividad*, donde pudieron evaluar los elementos interactivos, así como el uso del multimedia y las estructuras hipertextuales en los sitios web de 14 periódicos colombianos. El periódico más avanzado resultó ser *El País* de Colombia. Sin embargo, la conclusión general fue que el periodismo digital como área de trabajo separada del periodismo tradicional no existe todavía en ese país, ya que los medios digitales siguen aún apegados a la versión impresa.

4. En el 2006, el Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI) de la Universidad del Zulia analizó los cibermedios *El Universal Digital*, *El Nacional Online*, *El Observador Online* y *El Noticiero Venevisión*, en cuanto al desarrollo de la hipertextualidad y la usabilidad. Tanto *El Nacional* como *El Universal* se mostraron débiles en el aprovechamiento del hipertexto y la facilidad para la búsqueda de información.

5. Durante el 2006, la investigadora Adriana Cely llevó a cabo un estudio titulado *Estructura editorial de los cibermedios de Venezuela*, en el cual se tomaron en cuenta los sitios web de 52 medios de comunicación nacionales. De éstos, se analizaron sólo 30, con base en un muestreo al azar estratificado por estados del país. En cada medio se estudiaron el diseño, la navegabilidad, la accesibilidad y la usabilidad”.

Las conclusiones del estudio derivaron en que los mapas de navegación sólo los utiliza uno de los medios, y no existen recursos para discapacitados como etiquetas o descripciones sonoras de los iconos.

Las direcciones son de fácil consulta y en un 15% se ofrecían vínculos no operantes. No se pueden bloquear los sonidos ni las animaciones. El 70% distribuye los

contenidos por columnas. Un 23,3% usa una cuarta columna para publicidad. Los logos del diario se ubican del lado izquierdo en un 80%, y en un 70% el logo posee un hipervínculo a la página principal.

Entre los contenidos informativos interactivos, los más usados son la encuesta *on line* (43,3%) y el fotorreportaje (20%). Las infografías multimedia y los foros sólo existen en 13% de los cibermedios. Para el momento del estudio¹, los blogs sólo los presentaba eluniversal.com y la encuesta interactiva el-nacional.com. El 63% de los cibermedios presentan reportajes especiales, mientras que el 60% muestra secciones de noticias de última hora.

Existen hipervínculos o noticias relacionadas en las versiones digitales de *Nueva Prensa de Guayana, el Nacional, El Diario Mayor y El Universal*. Estos medios, además de nuevodia.com.ve y elnorte.com.ve, ofrecen la posibilidad de consultar leyes y otros documentos.

El uso de los recursos multimedia es bajo y 90% de los medios presentan el correo electrónico de la redacción o del editor del medio. Los chats no existen en los medios analizados y los foros sólo existían en dos de ellos. Algunos medios le ofrecen a la audiencia la posibilidad de hacer denuncias u opinar sobre las informaciones publicadas.

Los servicios de hemeroteca o archivo se usan en un 70% de los cibermedios analizados. En un 63,3% tienen buscadores internos de artículos. Se ofrece el envío de noticias por correo electrónico en el 56,6% de los casos.

El 90% de los medios analizados presentaban sus contenidos de forma totalmente gratuita, seguido por los que se basaban en la suscripción parcial y pagada.

¹ Marzo de 2007

Las conclusiones del estudio fueron que en el país, el 52% de los medios impresos tienen presencia en la red, aunque sus contenidos y servicios no son innovadores. Los medios son conservadores y tradicionalistas.

El punto más destacado de esta investigación se refiere a que los medios venezolanos cumplen con la usabilidad en un 80% de los casos, en especial elnacional.com, eluniversal.com y talcualdigital.com. El 63,3% se ubica en el modelo adaptado, mientras que un 20% se enmarca en el modelo digital y sólo un 13,3% tiene características del modelo multimedia.

MARCO METODOLÓGICO

El surgimiento y el desarrollo acelerado de la informática han impuesto el empleo de criterios hipertextuales para la estructuración de los contenidos de las páginas web. Es así como Internet le ofrece al internauta múltiples opciones o vínculos que puede seguir, según su preferencia.

La noción de hipertexto se relaciona con un tipo particular de escritura y lectura de los textos, en la que no se siguen secuencias prefijadas, sino que el lector arma los contenidos y el recorrido que éstos seguirán, según sus necesidades de información. De esta forma, el tradicional receptor se vuelve también un actor del proceso comunicativo e interviene directamente en la información que recibe.

La llegada de Internet y su entrada a todos los ámbitos de la vida humana influyó en el periodismo de varias formas: no sólo alteró los criterios con los cuales se presenta la información en las páginas web de los periódicos, sino que también, con el avance y la especialización del medio, ha alterado la estructura redaccional de sus unidades básicas y ha permitido completarlas, a través del empleo de elementos multimedia, como los vídeos, los sonidos y los gráficos interactivos.

El proyecto de grado que se plantea busca estudiar la adaptación de las noticias impresas al medio electrónico en cuanto a su estructura hipertextual, a su redacción y al empleo de elementos multimedia ausentes en la versión impresa. En los tres aspectos interviene la noción de hipertexto, ya que este último rige la forma de navegación en la web.

1. Delimitación del problema

La presente investigación aborda la función del hipertexto en la estructuración de las noticias de las versiones digitales de *El Nacional* y *El Universal*, para demostrar si

efectivamente se cumple con los principios de la redacción ciberperiodística.

Para ello, se tomó en cuenta un período temporal de un mes, comprendido por marzo de 2007, durante el cual se analizaron los avances (noticias digitales) de los cibermedios mencionados.

2. Objetivos

Para Arias (1999), “los objetivos de investigación son metas que se traza el investigador en relación con los aspectos que desea indagar y conocer” (p. 35).

2.1 Objetivo general

Evaluar la aplicación de la teoría hipertextual en la redacción y estructuración de las noticias digitales de los diarios *El Nacional* y *El Universal*.

2.2 Objetivos específicos

-Identificar las estructuras hipertextuales empleadas para relacionar los contenidos de las versiones digitales de los diarios *El Nacional* y *El Universal*.

-Analizar los elementos constitutivos de las noticias digitales de *El Nacional* y *El Universal* para vislumbrar si se cumple con los principios de la redacción ciberperiodística.

-Evaluar la vinculación entre los elementos multimedia (vídeos, audio, gráficos interactivos) desarrollados por ambos diarios y los avances informativos.

La investigación responde a las siguientes preguntas:

-¿Cómo se dan los vínculos entre las secciones que conforman las páginas web de los diarios en cuestión?

-¿Las noticias analizadas están vinculadas a noticias de archivo que tratan el mismo tema, de forma tal de completar la información para el público?

-¿Se cumplen los principios de la redacción ciberperiodística?

-¿Existen en la noticia digital elementos multimedia que completan lo expresado en el texto?

La hipótesis que guía el estudio consiste en que en los diarios venezolanos de más trayectoria en la web, la redacción ciberperiodística y el empleo efectivo del hipertexto como herramienta para la presentación e interrelación de los contenidos, se dan de forma escasa debido a que aún no existe la suficiente cultura tecnológica ni la motivación para desarrollar esta área de la profesión periodística.

3. Justificación

La evaluación de la estructura hipertextual, la redacción y el empleo de elementos multimedia en la prensa digital venezolana permite obtener un panorama general de la redacción periodística en la red y aportar elementos conceptuales que contribuyen al desarrollo de una mejor información digital, adecuada al medio electrónico y a las características de su audiencia específica.

Hasta los momentos, en el país no hay estudios concretos sobre la hipertextualidad en las noticias digitales; sólo se han encontrado referentes foráneos, como el caso de la tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid sobre el concepto del hipertexto en el periodismo, por lo cual es importante profundizar el problema en el ámbito venezolano.

4. Tipo de investigación

Esta investigación es descriptiva, puesto que se describe en todo sentido una realidad, que en este caso la constituye la presencia del hipertexto en la estructuración de las noticias digitales de *El Nacional* y *El Universal*.

La investigación se enmarca en un diseño no experimental, ya que se lleva a cabo sin la manipulación voluntaria de las variables. Kerlinger (1988) la define como:

Una investigación sistemática empírica, en la cual el científico no tiene control directo sobre las variables independientes porque sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentemente no manipulables. Las inferencias acerca de las relaciones entre variables se hacen, sin intervención directa, a partir de la variación concomitante de las variables dependientes e independientes (p. 394)

5. Modalidad de tesis

La investigación se inscribe dentro de la modalidad V de trabajos de grado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, correspondiente al análisis de medios y mensajes, puesto que se investiga la estructura de las noticias digitales, que presentan los diarios venezolanos *El Universal* y *El Nacional*, y cómo influye en éstas la noción de hipertexto. Se trata de un análisis de contenido de las estructuras de las informaciones que conforman las versiones digitales de los diarios en estudio para comprobar si se cumplen los principios de la redacción ciberperiodística y la inclusión de elementos multimedia.

6. Investigación documental

Según expresa Arias (1999), la investigación documental “es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos” (p. 47).

6.1 El análisis de contenido como método

El análisis de contenido empezó en Norteamérica y de allí se extendió al resto del mundo. Se utiliza tanto en el análisis científico de los mensajes de los medios de comunicación como en los análisis de propagandas políticas. Dentro de los análisis de contenido se incluye el de los medios, del cual fue pionero el francés Jacques Kayser (Casasús, 1985).

En la presente investigación se realizará un análisis morfológico, diseñado por Kayser. Sin embargo, él se limita a la prensa escrita, aunque algunos de los elementos que propone pueden ser tomados en cuenta con respecto a otros medios periodísticos, no necesariamente impresos. El análisis morfológico de la prensa -en el caso de esta investigación sería de los cibermedios- permite profundizar en las características fundamentales del diario. Cabe destacar que se busca conocer cómo es la estructuración de las noticias digitales de *El Nacional* y *El Universal*, para lo cual es pertinente conocer las características de las mismas (Casasús, 1985).

6.2 Arqueo, selección y procesamiento de la documentación

Durante la investigación se han consultado diversas fuentes de información, básicamente libros relacionados con Internet: origen y evolución. De igual forma, se recogió información acerca del surgimiento de los cibermedios y cómo se ha dado el paso de lo impreso a lo digital.

Adicionalmente, se consultaron algunos trabajos de grado, tanto de Venezuela como de otros países, vinculados al estudio de Internet y el fenómeno de los diarios en la web. Con respecto al hipertexto, uno de los conceptos fundamentales de la presente investigación, fue necesario indagar en las teorías existentes relacionadas con el mismo y cuáles son sus características.

Se revisaron varias metodologías acerca del hipertexto, las cuales tenían similitud con el problema planteado. Luego de evaluar cada una, se obtuvieron sus ventajas y desventajas. Sergio Llano, quien realizó el estudio colombiano sobre *Hipermedia e Interactividad*, trabajó con 14 periódicos por región del país durante un mes de análisis. A pesar de que este trabajo posee una buena selección de elementos multimedia, ofrece pocos detalles metodológicos.

En *Convergencia digital para un nuevo periodismo* de Carlos Araos, existe una metodología que mide los atributos propios de las noticias digitales. Sin embargo, hay objetos muy específicos, como el “Enfoque en el usuario”, los cuales no son tratados en la presente investigación.

Berrocal, Figuerola y Zazo tienen un instrumento preciso en *Cibernetría*, pero que resulta muy complejo para una investigación de pregrado. Adicionalmente, no tiene un enfoque dirigido a noticias digitales.

La tesis doctoral de Sonia Pérez de la Universidad Complutense de Madrid: *El concepto de hipertexto en el periodismo digital*, la cual trabaja con 972 noticias en total, utiliza un análisis de contenido formal cuantitativo. La ventaja que tiene el método planteado es la comparación entre una noticia impresa y otra digital con escala. Sin embargo, la muestra no es probabilística y existe un análisis superficial de los elementos multimedia.

Luego de evaluar cada metodología, se decidió utilizar como referencia la de Pérez y con base en ella se creó un método de análisis propio que se ajusta a las particularidades de este estudio.

7. Pruebas piloto

Antes de la definición del método y la elaboración del instrumento de investigación, se realizaron dos pruebas piloto para comparar las noticias impresas con sus versiones transcritas en la web, así como las noticias impresas con los avances informativos, los cuales se perfilaron finalmente como las unidades de análisis de este estudio.

En el caso del diario *El Nacional*, para la transcripción de las noticias impresas a la red, ellos utilizan la plataforma *touch and feel*, mediante la cual el usuario puede ver la página escaneada del periódico y hacer clic en las informaciones que quiere leer para verlas desplegadas en la pantalla.

La comparación entre las versiones impresas y digitales de las noticias “Dirigentes sociales del chavismo plantean eliminar las alcaldías” (04/02/07) y “La Hormiga Atómica jugará ‘mientras el cuerpo aguante’” (04/02/07) arrojó que no existían cambios ni en la estructura redaccional ni en las fotografías. No existían enlaces o hipervínculos en los textos digitalizados. De esta forma, realizar un estudio similar al de la Universidad Complutense de Madrid, donde se compararon las noticias impresas con sus versiones digitales, era infructuoso y no iba a arrojar resultados importantes (ver anexos A, B, C y D).

La segunda prueba piloto consistía en la comparación de la versión impresa con las noticias de último minuto o avances informativos. En este caso, la comparación no se podía realizar debido a que no existía correspondencia temática entre las noticias

impresas seleccionadas al azar y las noticias de último minuto que se generaron durante el día hasta las 9 pm (ver anexos A, B e I).

En *El Universal*, se compararon las versiones impresas y las digitales de las siguientes noticias: “Emilio Estévez deja la oscuridad con ‘Bobby’ (04/02/07) y “Estiman ajuste de 20% en los precios de las viviendas” (04/02/07). Esta comparación arrojó que no existe ninguna diferencia en la estructura redaccional; incluso, no hay ningún elemento gráfico distinto o adicional. El único enlace o hipervínculo que existía era a una información que incluye la noticia original, es decir, la impresa (ver anexos E, F, G y H).

Por otra parte, en la segunda prueba piloto ya mencionada en el caso de *El Nacional*, la comparación tampoco podía realizarse, debido a que no existía relación temática entre las noticias impresas y los avances colocados en el sitio web (ver anexos E, F y J).

Los resultados de las pruebas piloto ayudaron a enfocar el estudio exclusivamente en los avances informativos o noticias de último minuto.

8. Diseño de la investigación

Según Balestrini (2002), el diseño de investigación es el “plan global de investigación que integra de un modo coherente y adecuadamente correcto técnicas de recogida de datos a utilizar, análisis previstos y objetivos” (p. 131).

En el caso particular del análisis del hipertexto en las noticias digitales de *El Nacional* y *El Universal*, se considera que el diseño es de campo. Para Sabino (1986), este tipo de diseño se basa en datos “obtenidos directamente de la realidad” (p. 81); que en esta investigación corresponden a las características observables desde la pantalla del computador.

Se trata también de un diseño no experimental, pues no existe una manipulación intencional de las variables o de las unidades de análisis. El examen de las noticias digitales de los diarios *El Nacional* y *El Universal* se obtuvo a través de la observación de los sitios web de ambos diarios y la descomposición de sus noticias en sus elementos constituyentes y en los enlaces o estructuras hipertextuales.

Balestrini (2002) y Sabino (1986) consideran que en los diseños experimentales, el investigador tiene el control de las variables que determinan la ocurrencia del fenómeno que es objeto del análisis. En este estudio, los investigadores describen una realidad sin poder intervenir en las condiciones presentes, las cuales sólo pueden alterarse por parte de las salas de redacción de los diarios en cuestión.

8.1 Delimitación de la muestra

El universo o la totalidad de elementos que pueden analizarse para una investigación tiende a ser muy elevado, por lo cual es frecuente el uso de los métodos de muestreo como una forma de limitar las unidades de análisis y reducir el tiempo de investigación.

8.1.1 Universo

En el periodismo digital venezolano se consideran dos tipos de noticias: las noticias transcritas directamente de la versión impresa del diario y colgadas en el sitio web, y las noticias redactadas exclusivamente para la web, las cuales corresponden con los avances informativos o noticias de actualización constante. Como ambos tipos de noticias se encuentran respaldadas en formato digital, se les considera como parte del universo de estudio.

8.1.2 Población

Tamayo y Tamayo (1991) define a la población como la “totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 92). Para la presente investigación, la población la constituyeron todos los avances informativos que se publicaron diariamente en los sitios web de *El Nacional* y *El Universal* durante el mes de marzo. Se decidió el tercer mes del año, ya que es un mes neutro, en el que no existen días feriados o festividades religiosas que podrían alterar el flujo noticioso.

Con base en los resultados obtenidos de las pruebas piloto, se decidió analizar exclusivamente las noticias de actualización constante, identificadas como “Avances” en *El Universal* y “Minuto a Minuto” en *El Nacional*. De esta forma, se redujo el universo establecido inicialmente. Cabe destacar que no se tomaron en cuenta los géneros distintos a la noticia, como el reportaje, la crónica, los géneros de opinión o la entrevista.

El 4 de febrero, día en el que se realizó la prueba piloto a las 9 pm, ambos diarios contaban con treinta avances informativos. Tomando este valor como dato, se prevé que durante marzo cada diario ofrecerá 900 avances informativos. La población quedaría constituida de esta forma por 1.800 noticias de actualización constante. Sin embargo, dado que el número de avances informativos diarios no es un valor prefijado, sino que depende de la cantidad de hechos de última hora que se presenten durante la jornada, este valor no puede tomarse como exacto.

8.1.3 Muestra

La población es imposible de determinar debido a las diferencias en la cantidad de avances informativos por día. No obstante, el valor 1.800 que se calculó con base en la prueba piloto y que sirve de aproximación, es sumamente elevado para los fines de

esta investigación. Dada la imposibilidad de abarcar a toda la población de estudio, se decidió realizar un muestreo.

Para Tamayo y Tamayo (1991), el muestreo consiste en la elección de algunos elementos de una población, con la intención de investigar alguna característica presente en ellos, y su aplicación se justifica “cuando no es posible medir cada uno de los individuos de una población” (p. 92).

El presente trabajo de grado aplicó el método de muestreo aleatorio al azar simple, tal como lo define Sabino (1986). El autor considera a las muestras aleatorias como aquellas en las que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. En el caso específico de las muestras aleatorias al azar simple, se realiza una enumeración de todos los elementos de la población y se sortean hasta completar la cantidad de unidades que se desea usar para la muestra.

Durante todos los días del mes de marzo, se tomaron los avances informativos que aparecían en los sitios web de ambos periódicos a las 9 pm y que resumían el acontecer noticioso de todo el día. A las noticias se les adjudicó un número en función del orden que ocuparon en la lista de avances ofrecida por el diario. Este número sirvió exclusivamente para el sorteo de las noticias. Cada día se colocaron en papeles los números que identificaban a las noticias y se extrajo la cantidad de papeles que correspondían al 15% de los avances informativos publicados ese día.

Dentro del conteo de los avances informativos, se incluyeron también los avances de la portada o página principal. Estos avances de portada debían incluirse siempre en la muestra. Con ellos se realizó un muestreo no probabilístico intencionado, que según Sabino (1986), corresponde a aquellos casos en los que las unidades de análisis se escogen de forma arbitraria, de acuerdo con determinadas características que se quieran evaluar.

Como se puede apreciar, para la selección de la muestra diaria de los avances informativos que se evaluaron se usó una mezcla entre el muestreo intencionado, para usar las noticias de portada, y el muestreo aleatorio al azar simple, para elegir al resto de las noticias que bastaban para alcanzar el 15% de los avances informativos del día.

8.2 Selección del método

Para elegir un método satisfactorio que estuviera acorde con los objetivos planteados, se consultaron estudios previos sobre la noticia digital. Las tesis revisadas eran análisis estructurales del género noticia en el medio digital y le daban importancia a aspectos como la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad, los cuales también son objeto de este estudio.

Cabe resaltar que ninguno de los estudios encontrados se enfocó en el análisis de los avances informativos, por lo que para la realización de este trabajo, la metodología tuvo que adecuarse a las características propias de la noticia de último minuto. Las tesis que se consultaron fueron:

A. Hipermedia e interactividad: Teoría y práctica en los periódicos digitales colombianos (2005), de Sergio Llano.

Para llevar a cabo esta investigación se analizaron catorce periódicos colombianos durante un mes, a partir de la observación directa de la edición digital. Se tomaron en cuenta las variables lingüísticas y la interactividad, y una escala basada en los niveles crítico, medio bajo, medio alto y deseable.

Se analizaron los enlaces, los elementos multimedia, la retroalimentación, la gestión de contenido, los medios complementarios, las formas de acceso y la personalización.

B. Convergencia digital para un Nuevo Periodismo (2006), de Carlos Araos.

Se analizaron el atributo técnico (audio, texto e imágenes); el atributo multimedial (interactividad, hipertextualidad, personalización, mediatización, abundancia, instantaneidad y elementos multimedia); el atributo relacional o enfoque al usuario; y el atributo co-constructivo o la comprensión de los nuevos procesos de audiencia en varios periódicos chilenos. No existen mayores referencias sobre la metodología utilizada.

C. Cibermetría. Estudios hipertextuales, de Alonso Berrocal, Carlos Figuerola y Ángel Zazo.

La cibermetría es la medida, el estudio y el análisis cuantitativo de la información existente en el ciberespacio, a través de técnicas bibliométricas, cienciométricas e infométricas. Se mide el número de enlaces y su evolución. Consta de las siguientes fórmulas:

Enlaces diferentes (sin distinción del tipo de enlace)

Número de páginas

Número de nodos (permite determinar la tipología del hipertexto)

Número de enlaces

D. Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos (2003), de Rosana López.

La investigadora analizó diecisiete portales periodísticos de España, con base en sus productos informativos, productos documentales y servicios de valor añadido.

Para la selección de la muestra se tomaron en consideración tres criterios: que se tratara de sitios web que provinieran de la prensa diaria, que ofrecieran información en español y que estuvieran afiliados a la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Para cada medio se usó una tabla donde se marcaban con una X los elementos presentes. El procesamiento de los resultados consistió en calcular la media aritmética para cada caso y se realizaron gráficas.

E. El concepto de hipertexto en el periodismo digital: análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles (2003), de Sonia Pérez.

Se trató de un análisis formal cuantitativo en el que se estudiaron 972 noticias, correspondientes a 162 noticias digitales e impresas de los diarios *El Mundo*, *El País* y *ABC*. Se aplicó un muestreo no probabilístico y se obviaron los géneros de opinión, la portada y la contraportada.

Las noticias se dividieron en tres tipos, de acuerdo a su longitud: noticias tipo 1 (una columna), noticias tipo 2 (más de una columna) y noticias tipo 3 (más de una columna y elementos gráficos).

Como se trató de una comparación entre las versiones impresas y digitales de los tres periódicos, se usó una escala donde 0 indicaba identidad, 1 significaba semejanza, y 2 se aplicaba cuando entre la versión impresa y la digital existía un cambio trascendental o sustancial.

Las categorías que se aplicaron para el análisis fueron de tipo semántico, como el título, el antetítulo, el subtítulo, el sumario y el cuerpo; y de orden formal, como la tipografía y los elementos gráficos. De igual forma, se analizaron los enlaces internos y externos y la existencia de elementos multimedia.

De las tesis analizadas, la de Sonia Pérez fue la más completa en cuanto al análisis estructural y, por ende, se usó como base para la creación del método de análisis propio de esta investigación.

La tabla utilizada por Sonia Pérez fue la siguiente:

Periódico: Número de referencia: Noticia Tipo:	Valor 0	Valor 1	Valor 2
Titular			
Antetítulo			
Subtítulo			
Entradilla			
Cuerpo de la noticia			
Familia tipográfica			
Tipo			
Elementos gráficos			
Enlaces			
-Internos			
1. Conectivos			
2. Asociativos			
-Externos			
1. Conectivos			
2. Asociativos			
-Parainformativos			
-Noticias relacionadas			
-Foros, encuestas			
Elementos multimedia:			
1. vídeo			
2. audio			
3. gráficos interactivos			
Nivel de interactividad			

Muchas de estas categorías se tomaron en consideración para la elaboración del instrumento.

8.3 Instrumento

Las recomendaciones de Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría, expuestas en el *Manual de Redacción Ciberperiodística*, las categorías y los conceptos abordados en la tesis de Sonia Pérez, los aspectos de interactividad tratados en el estudio *Hipermedia e interactividad* de Sergio Llano, y los consejos de Jakob Nielsen con respecto a la tipografía en su libro *Usabilidad, diseño de sitios web*, permitieron la creación de las tablas con las que se evaluaron los principios de la redacción ciberperiodística, los elementos multimedia, la interactividad, y los enlaces hipertextuales en los sitios web de *El Nacional* y *El Universal*. Estas tablas conforman el instrumento de recolección de datos de la presente investigación.

8.3.1 Definiciones operativas de las categorías de análisis

-Titular: Es el título que identifica a una noticia, tanto impresa como digital, y resume lo más importante de la información.

-*Teaser*: Texto o elemento gráfico que sirve de presentación a la noticia digital en la portada del diario electrónico. Generalmente, está vinculado con la noticia de forma parcial o total.

-*Lead*: Primer párrafo de una noticia, donde se condensa la información más importante y se responde a las seis preguntas básicas de un hecho noticioso: qué, quién, cuándo, cómo, dónde y por qué. Como en el periodismo digital se vuelve a aplicar la jerarquización de la información por la fórmula de la pirámide invertida, el *lead* debería responder a la mayor cantidad de las interrogantes en un espacio cada vez más reducido.

-Cuerpo: Parte de la noticia que comienza en el párrafo inmediatamente siguiente a la entrada o *lead*. Se considera que las noticias digitales, dado que están sometidas a la

actualización permanente, no poseen cierre o cola, sino que se constituyen por el *lead* y el cuerpo.

-Tipografía: Familia específica de letras que se utiliza para escribir un determinado texto. La informática ha facilitado el acceso a distintas tipografías, como Arial, Times New Roman, Verdana, Garamond, etc.

-Enlaces: Elementos que permiten la transición entre los nodos hipertextuales. Puede tratarse de imágenes, textos, animaciones y otros.

-Enlaces internos: Hipervínculos que se encuentran dentro del texto de la noticia. Se reconocen porque la palabra que contiene el enlace se encuentra subrayada y al pasar el cursor por encima de ella, éste cambia de forma.

-Enlaces parainformativos: Hipervínculos que se encuentran al lado de la información y que permiten procesarla. En el presente trabajo se consideraron como enlaces parainformativos la posibilidad de imprimir, calificar la noticia y enviarla a un amigo.

-Enlaces a la página principal: Hipervínculos al *home* o portada del sitio web.

-Enlaces a la sección de pertenencia de la noticia: Hipervínculos a la sección en la cual se enmarca la noticia por su temática.

-Enlaces a noticias de la misma sección: Hipervínculos a las noticias que pertenecen a la misma área informativa de la noticia que se lee.

-Enlaces a noticias anteriores: Vínculos a noticias de archivo relacionadas de alguna forma con la información presente en la noticia.

-Enlaces a cuadros de búsqueda: Acceso a la opción de búsqueda general del sitio.

-Enlaces a especiales relacionados: Vínculos a trabajos especiales o fotogalerías que haya preparado previamente el diario y que tengan relación con el tema de la noticia. Esta categoría se tomará en cuenta sólo en aquellas noticias que por su temática puedan ser vinculadas a los especiales que han preparado los diarios en estudio.

-Enlaces a encuestas o foros relacionados: Vínculos a herramientas interactivas como los foros y las encuestas que poseen temas relacionados con la noticia. Esta categoría se evaluará sólo cuando los temas de los avances se relacionen con alguno de los temas de las encuestas o los foros propuestos por los diarios.

-Enlaces a blogs del mismo tema de la noticia: Vínculos a blogs o bitácoras que desarrollan la misma temática de la noticia en cuestión. Sólo se evaluará cuando el tema del blog tenga relación con la noticia analizada.

-Enlaces al correo electrónico del periodista: Hipervínculos a la dirección de correo electrónico del periodista o redactor de la noticia.

-Elementos multimedia: Vídeos, sonidos, fotografías, infografías y gráficos que completan, redundan o amplían la información textual.

-Nivel hipertextual 1: información que aparece en la portada. En las noticias destacadas en portada corresponderá al título y *teaser*, mientras que en los avances del día, ordenados por orden cronológico, será el título que permite acceder a la información, si se hace clic.

-Nivel hipertextual 2: información desarrollada de cada noticia. Incluye el titular, *lead*, cuerpo y vínculos a noticias de la misma sección.

-Nivel hipertextual 3: información que complementa y enriquece la noticia original, pero que no es indispensable para comprenderla. Incluye los enlaces a noticias anteriores relacionadas, los *blogs*, los especiales relacionados, los foros y las encuestas.

8.3.2 Modelos de tabla

Tabla 0: Corpus de investigación

Código Noticia	Título Noticia	Fecha de publicación
1N/1U		
n		

El código de la noticia correspondió al orden en el que aparecía publicada en la lista de avances informativos del sitio web. El número del código se acompañó de una letra “N” para las noticias del diario *El Nacional* y de una letra “U” para las noticias del diario *El Universal*. El código abarcó desde 1N/1U hasta infinito (n), según el número de avances informativos publicados en el sitio web durante el mes de marzo.

Tabla 1: Titulares

Periódico: Día: Cód. Noticia:		
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	NO
1. Tiempo presente		
2. Voz activa		
3. Estilo informativo		
4. Esquema sujeto-verbo-complemento		
5. Redacción afirmativa		
6. Autonomía informativa		
7. Ausencia de localismos		

Total	0	0
%	0	0

En los modelos de tabla, las celdas que poseen valor cero son aquellas que se llenaron luego de añadir los demás datos y corresponden a los totales y porcentajes. Las celdas en blanco se llenaron con una “X” en la columna del SÍ o del NO, según aplicaba o no la característica que se evaluaba.

Tabla 2: Teasers (sólo cuando existan)

Periódico: Día: Cód. Noticia:		
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	NO
1. Tiempo presente		
2. Correspondencia conceptual entre <i>teaser</i> y <i>lead</i>		
3. Texto igual o inferior a 200 palabras		
Total	0	0
%	0	0
Tipo de <i>teaser</i> de la primera clasificación	Presencia (marcar con X uno solo)	
4. Palabra o título		
5. Título más texto		
6. Texto y fotografía		
7. Foto <i>teasers</i>		
Tipo de <i>teaser</i> de la segunda clasificación	Presencia (marcar con X uno solo)	
8. Impacto		
9. Resumen		
10. <i>Lead</i> del sumario		
11. Pregunta		
12. Anuncio		
13. Omisión		

Tabla 3: Leads

Periódico:		
Día:		
Cód. Noticia:		
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	NO
1. Texto igual o inferior a 35 palabras		
Preguntas que responde el lead de acuerdo con la estructuración en pirámide invertida	Presencia (marcar con X)	
2. Qué		
3. Quién		
4. Cuándo		
5. Cómo		
6. Dónde		
7. Por qué		

Tabla 4: Cuerpo de la noticia

Periódico:		
Día:		
Cód. Noticia:		
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	NO
1. Texto igual o inferior a 25 líneas		
2. Párrafos ordenados por relevancia		
Total	0	0
%	0	0

Tabla 5: Tipografía

Periódico:		
Día:		
Cód. Noticia:		
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	NO
1. Textos de 9 puntos o menos usan letras sans-serif		
Tipo de letra utilizada en los textos de tamaño superior a los 9 puntos	Presencia (marcar con X una sola)	
2. Romana		
3. Etrusca		
4. Egipcia		

Tabla 6: Enlaces

Periódico:		
Día:		
Cód. Noticia:		
Categorías	SÍ	NO
1. Enlaces internos		
2. Parainformativos: imprimir, votar y enviar por correo		
3. Enlaces a la página principal		
4. Enlaces a la sección de pertenencia de la noticia		
5. Enlaces a noticias de la misma sección		
6. Enlaces a noticias anteriores		
7. Enlaces a cuadros de búsqueda		
8. Enlaces a especiales relacionados (sólo si aplica)		
9. Enlaces a encuestas o foros relacionados (sólo si aplica)		
10. Enlaces a blogs del		

mismo tema de la noticia (sólo si aplica)		
11. Enlaces al correo electrónico del periodista		
Total	0	0
%	0	0
Tipo de enlace parainformativo (si aplica)	Presencia (marcar con X)	
12. Imprimir		
13. Votar		
14. Enviar la noticia		
Nivel hipertextual de la noticia (1-3)	Uno: Dos: Tres:	
Cantidad de hipervínculos del nivel 3	Uno: Dos: Tres: Cuatro o más:	

Antes de emprender el análisis de los enlaces a especiales, encuestas, foros y blogs relacionados, se realizó un inventario de la cantidad de estos elementos ofrecidos por cada periódico en su sitio web respectivo. De esta forma, cada noticia se comparó con la lista de especiales, encuestas, foros y blogs existentes para concluir si, por la correspondencia temática, el diario debió haber vinculado la noticia con alguno de estos elementos. La lista de elementos especiales de *El Nacional* se encuentra en el anexo S, mientras que la de *El Universal* está en el anexo A'.

Tabla 7: Elementos multimedia

Periódico:		
Día:		
Cód. Noticia:		
Categoría	SÍ	NO
1. Alguno de los elementos multimedia presentes amplía la información textual		
Elementos multimedia	Presencia (marcar con X)	
2. Vídeos		
3. Sonidos		
4. Infografías		
5. Fotografías		
6. Gráficos		

Tabla 8: Seguimiento de los avances informativos con *teaser* a lo largo del día

Periódico: Día: Cód. Noticia:		
Categoría	3 pm (con respecto a las 9 am)	9 pm (con respecto a las 3 pm)
1. Modificaciones de la noticia con respecto al horario anterior		
-Si la respuesta fue 1, ¿cuáles elementos cambiaron?:		
*de 9 am a 3 pm:		
titular <input type="checkbox"/> <i>teaser</i> <input type="checkbox"/> <i>lead</i> <input type="checkbox"/> cuerpo <input type="checkbox"/> enlaces <input type="checkbox"/> elementos multimedia <input type="checkbox"/>		
*Cantidad de elementos que se alteraron:		
*Porcentaje de elementos que se alteraron:		
*de 3 pm a 9 pm:		
titular <input type="checkbox"/> <i>teaser</i> <input type="checkbox"/> <i>lead</i> <input type="checkbox"/> cuerpo <input type="checkbox"/> enlaces <input type="checkbox"/> elementos multimedia <input type="checkbox"/>		
*Cantidad de elementos que se alteraron:		
*Porcentaje de elementos que se alteraron:		

Escala para el seguimiento de los avances informativos

-Valor 0: la noticia no cambió.

-Valor 1: cambiaron algunos de los siguientes elementos de la noticia con relación a la última hora de análisis: titular, *teaser*, *lead*, cuerpo, tipografía, enlaces, elementos multimedia.

-Valor 2: todos los elementos de la noticia cambiaron.

Para la tabla 8, las columnas de las 3 pm y de las 9 pm se llenaron con 0, 1 ó 2, según correspondía de acuerdo con los parámetros de la escala. Si la respuesta era 1, se marcaban con una X los recuadros que estaban al lado de los elemento de la noticia que

se habían modificado y se extraían los porcentajes, tomando como base los seis elementos totales.

8.4 Técnica para el análisis de los resultados

Una vez que se asentaron los datos de cada noticia de la muestra en las tablas respectivas, se realizó un conteo de los valores horizontales; es decir, las características que integran las siete primeras categorías generales de análisis: titulares, *teasers*, *leads*, cuerpos, tipografías, enlaces y elementos multimedia. Este conteo numérico permitió hacer un balance de la presencia o ausencia de cada elemento o condición de forma independiente y arrojó resultados finales con respecto al número de veces que se presentaron los indicadores en las noticias y en qué porcentaje de la muestra-población se aplicaban.

Posteriormente, se promediaron los totales de cada tabla, para arrojar una media de la cantidad de elementos presentes. Estos valores permitieron calcular un porcentaje que reúne a toda la muestra y a la población.

Para el análisis de la tabla 8, se promediaron los valores asignados a la columna correspondiente a las 3 pm por un lado, y a la columna referente a las 9 pm, por el otro. Esta operación permitió obtener un valor medio entre 0 y 2, que se interpretó por medio de la escala utilizada para llenar la tabla. Los elementos alterados se contaron en todas las noticias para obtener un panorama acerca de cuál es más propenso a sufrir cambios. La cantidad de elementos que sufrieron cambios se promedió entre todas las noticias para encontrar un único valor general.

Luego de la aplicación del instrumento y la realización de los cálculos pertinentes, se obtuvieron dos tablas de resultados, relativas a *El Nacional* y *El Universal*, respectivamente.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Ficha técnica

Nombre del trabajo de grado	El hipertexto en la estructuración de las noticias digitales de El Nacional y El Universal			
Modalidad de tesis	Análisis de medios y mensajes			
Tipo de investigación	-Descriptiva -No experimental			
Fecha del análisis	Del 1 al 31 de marzo de 2007			
Porcentaje de noticias analizadas	15% de los avances informativos registrados en ambos diarios hasta las 9 de la noche			
Cantidad de avances informativos de la muestra	-El Nacional: 297 -El Universal: 339			
Categorías de El Nacional	Sí (condiciones ciberperiodísticas)	%Sí	No (ausencia de condiciones ciberperiodísticas)	%No
Titular	1.820	87,54%	259	12,46%
Teaser	251	68,02%	118	31,98%
Lead	113	38,05%	184	61,95%
Cuerpo	525	88,38%	69	11,62%
Tipografía	297	100%	0	0%
Enlaces	1.171	46,52%	1.346	53,48%
1. Enlaces internos	0	0%	297	100%
2. Enlaces parainformativos	297	100%	0	0%
3. Enlaces a la página principal	297	100%	0	0%
4. Enlaces a la sección de pertenencia de la noticia	124	41,75%	173	58,25%
5. Enlaces a noticias de la misma sección	297	100%	0	0%
6. Enlaces a noticias anteriores	28	9,43%	269	90,57%
7. Enlaces a cuadros de búsqueda	124	41,75%	173	58,25%
8. Enlaces a especiales relacionados	1	3,33%	29	96,67%
9. Enlaces a encuestas o	3	50%	3	50%

foros relacionados				
10. Enlaces a blogs del mismo tema de la noticia	0	0%	105	100%
11. Enlaces a correo electrónico del periodista	0	0%	297	100%
Elementos multimedia que amplían la información textual	11	16,92%	54	83,08%
Categorías	Escala 0-2			
Modificaciones de las noticias con teaser entre las 9 am y las 3 pm	0,25			
Modificaciones de las noticias con teaser entre las 3 pm y las 9 pm	0,64			
Categorías de El Universal	Sí (condiciones ciberperiodísticas)	%Sí	No (ausencia de condiciones ciberperiodísticas)	%No
Titular	2.178	84,65%	395	15,35%
Teaser	519	76,21%	162	23,79%
Lead	107	31,56%	232	68,44%
Cuerpo	530	78,17%	148	21,83%
Tipografía	339	100%	0	0%
Enlaces	1.821	65,46%	961	34,54%
1. Enlaces internos	3	0,88%	336	99,12%
2. Enlaces parainformativos	339	100%	0	0%
3. Enlaces a la página principal	339	100%	0	0%
4. Enlaces a la sección de pertenencia de la noticia	339	100%	0	0%
5. Enlaces a noticias de la misma sección	339	100%	0	0%
6. Enlaces a noticias anteriores	103	30,38%	236	69,62%
7. Enlaces a cuadros de búsqueda	339	100%	0	0%
8. Enlaces a especiales relacionados	4	14,81%	23	85,19%
9. Enlaces a encuestas o foros relacionados	0	0%	0	0%
10. Enlaces a blogs del mismo tema de la noticia	0	0%	43	100%

11. Enlaces a correo electrónico del periodista	16	4,95%	323	95,05%
Elementos multimedia que amplían la información textual	51	45,95%	60	54,05%
Categorías	Escala 0-2			
Modificaciones de las noticias con teaser entre las 9 am y las 3 pm	0			
Modificaciones de las noticias con teaser entre las 3 pm y las 9 pm	0			

2. Análisis descriptivo

2.1 *El Nacional*

Entre el 1 y el 31 de marzo se obtuvo un número total de 1.980 avances informativos, por lo que la muestra del 15% estuvo conformada por 297 unidades. Estos avances son los que se encuentran asentados y numerados en la tabla 0.

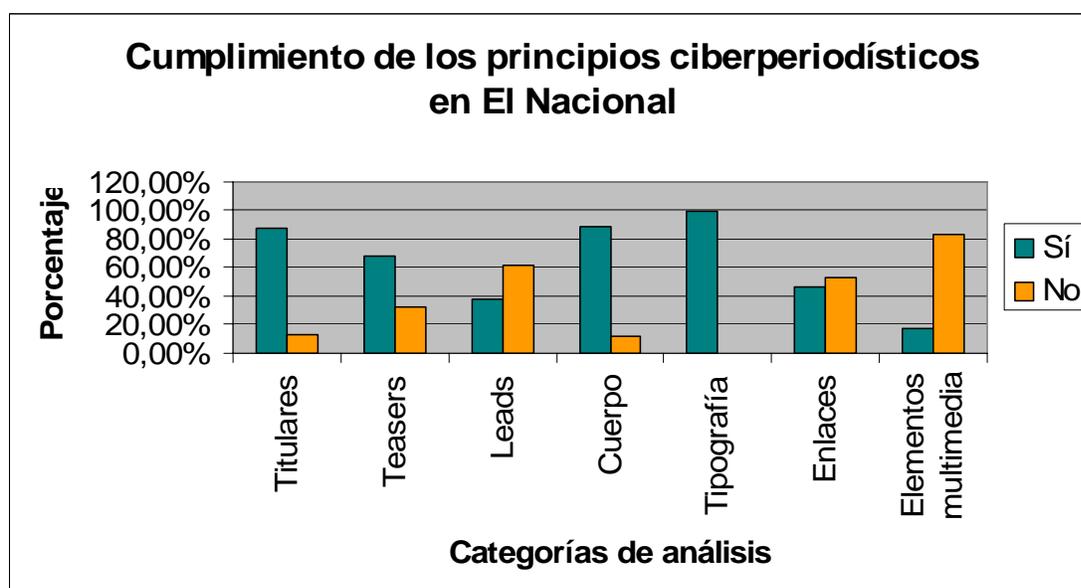


Gráfico 1: Cumplimiento de los principios ciberperiodísticos en *El Nacional*

En las primeras siete categorías analizadas, se observa un apego general de *El Nacional* a los principios que rigen la presentación de la información en la web. En la mayoría de los casos se cumplieron los requisitos básicos del ciberperiodismo. Las únicas categorías que no siguieron la tendencia fueron la de *leads*, ya que sólo en el 38,05% de los avances el texto contaba con 35 o menos palabras; la categoría de elementos multimedia, pues sólo el 16,92% de éstos ampliaba de alguna forma la información textual; y la categoría de enlaces, donde la ausencia de vínculos que complementan la noticia, aumentan su interactividad y permiten un manejo más adecuado de la interfaz, es del 53,48%, lo cual va en la dirección opuesta a las nuevas tendencias en el diseño hipertextual.

En la categoría de titulares se presentaron todos los principios de la redacción periodística de forma mayoritaria. El más predominante fue el estilo informativo, con una presencia del 98,65%, seguido de cerca por la redacción afirmativa con un 96,97% de presencia. Es lógico que estos dos valores se presenten en casi todas las noticias evaluadas, ya que en la enseñanza tradicional del periodismo venezolano se ha hecho mucho hincapié en la ausencia de opiniones o juicios de valor en los titulares y en la supresión de las negaciones.

A pesar de que en cuanto a los titulares la evaluación es positiva, cabe destacar el hecho de que las categorías que se presentaron con el porcentaje más bajo fueron las relativas al uso del tiempo presente (65,66%) y el esquema sujeto-verbo-complemento (76,77%). Durante el análisis se apreciaron formas poco tradicionales de ordenar la sintaxis de las oraciones que no se ajustaban al esquema de sujeto y predicado. En el anexo K se reproduce una noticia cuyo titular es “Inaugurada línea aérea Teherán-Caracas vía Damasco” (02/03/07). Como se puede observar, en este caso no se sigue el esquema sujeto-verbo-complemento, sino que se inicia con el participio pasado del verbo “inaugurar”. Tampoco se emplea el tiempo presente.

De igual forma, en muchos casos se usó el tiempo pasado o el futuro, en vez del tiempo presente que denota inmediatez. La explicación de esta situación se encuentra en que muchos de los hechos presentados estaban proyectados hacia decisiones futuras o eran la continuación de noticias ocurridas durante el día anterior.

En la tabla de *teasers* la ausencia del tiempo presente se hizo mucho más evidente, ya que éste se encontró sólo en el 10,57% de los avances informativos analizados. Al ser más largos que un titular o un *lead*, los *teasers* se orientan a una elaboración más profunda del hecho, en donde aparecen elementos complementarios como sus antecedentes o las consecuencias que podría traer. Por esta razón fue común encontrar el tiempo pasado y el futuro en la redacción.

La correspondencia conceptual entre el *teaser* y el *lead* fue alta (93,50%), mientras que los *teasers* de todas las noticias analizadas fueron inferiores a 200 palabras, que es el límite que Díaz Noci y Salaverría consideran para el periodismo digital.

Con respecto a los tipos de *teaser* de la primera clasificación, 92 *teasers* fueron del tipo título más texto y representan al 74,80% de los *teasers* analizados. La segunda opción fue la de texto y fotografía, la cual se presentó sólo en el 24,39% de los casos. Las dos categorías restantes estuvieron prácticamente ausentes. A través de la aplicación de las tablas se revela una tendencia por el uso de títulos y textos explicativos a manera de resumen para los *teasers*. Las fotos, cuando existen, sólo cumplen una mera función de anclaje y no adquieren el protagonismo de los foto *teasers*.

En la segunda clasificación predomina el *teaser* tipo resumen (58,54%), seguido del *lead* del sumario (22,76%). En ambos casos se trata de modalidades de *teaser* que concentran la mayor cantidad de elementos relevantes de la noticia de forma rápida. Los menos comunes son el *teaser* tipo pregunta (0%) y el *teaser* de anuncio (3,25%). El anexo L contiene un ejemplo de *teaser*.

Con respecto a los *leads*, la única condición analizada -que el texto no superara las 35 palabras- no se cumplió en el 61,95% de los casos. Se puede inferir que existe un desconocimiento de esta regla que incluso se aplica en la redacción tradicional de noticias para medios impresos. Las preguntas que más se le responden al lector en el *lead* son: qué, quién y cuándo. El cómo, dónde y por qué son los aspectos que menos se le aclaran al lector en el *lead*, en aras de mantener la rapidez en la presentación de la información, reducir la cantidad de líneas y motivar la lectura del resto de la noticia.

El cuerpo de los avances informativos constó de menos de 25 líneas en más del 70% de los casos, mientras que en casi todos los avances la información se estructuró de lo más relevante a lo más superficial. El que se manejen noticias cortas concuerda con la esencia del periodismo digital y la máxima de que se debe escribir entre 25% y 50% de lo que se escribe para los medios digitales, en aras de llevar la información de forma rápida al lector. La estructuración de los párrafos por relevancia se explica por el empleo de la pirámide invertida como esquema de redacción de la noticia. Esta pirámide no es el único esquema para la redacción de noticias digitales, pero se ha constituido en el más adecuado para la presentación de las noticias en la red, ya que resume lo más importante de la información al inicio, y el lector no precisa leer más allá, a menos que el tema le interese. Este hecho promueve aún más la redacción de textos cortos que motivan la lectura completa de las informaciones.

El anexo M presenta un *lead* (primer párrafo) incompleto, ya que sólo responde a las preguntas “qué”, “quién” y “por qué”. El cuerpo posee menos de 25 líneas y está estructurado según la pirámide invertida, pues los primeros párrafos se enfocan en la renuncia del gobernador de Yaracuy y del alcalde de Maracaibo del partido Podemos, mientras que el resto de la noticia es información complementaria o de apoyo.

Los avances informativos se presentan con tipografía Geneva de tamaño 8,5; las fotoleyendas en Geneva tamaño 7 y los titulares en Arial tamaño 8,5. En el caso de los *teasers*, el título se encuentra en Arial tamaño 9; el antetítulo en Geneva tamaño 7,5 y el

texto en Geneva 8,5. Como se aprecia, en ningún caso la tipografía supera los 9 puntos, y tanto Arial como Geneva son letras sans-serif o sin terminaciones o bordes, por lo que facilitan la lectura de textos en Internet.

El sitio web de *El Nacional* no utiliza vínculos internos en las noticias para enlazarlas con otros contenidos. Debe entenderse como enlaces internos a los que se encuentran dentro de la redacción o los bloques de texto. Generalmente, en Internet, cuando una palabra dentro de un texto lleva a un vínculo, se encuentra subrayada y en color azul. En *El Nacional* digital, ninguna palabra dentro del texto está vinculada. Sin embargo, en todos los avances informativos se coloca un vínculo al *home* o página principal para que el lector pueda regresar a ésta cuando lo desee, así como vínculos a noticias que se encuentran en la misma sección de la noticia activa.

En todos los avances informativos existen enlaces parainformativos de los tipos “imprimir” y “enviar la noticia a un amigo”. De esta forma se ignora el enlace relativo a “votar la noticia”, el cual constituye el más interactivo de los tres tipos de enlace parainformativo, ya que permite que sea el mismo lector quien evalúe la calidad de la información que se le está presentando.

En el anexo N se encuentra un ejemplo de los tipos de enlace presentes en las noticias analizadas.

Sólo en las noticias de portada existen enlaces a la sección de pertenencia de la noticia y a la opción de búsqueda. Esto ocurre, ya que del lado izquierdo del *home* se presenta el menú general del sitio web. Los avances informativos del día se colocan en una lista del lado derecho de la página principal. Al hacer clic en uno de ellos, éste se abre en una ventana aparte desde la cual no es posible acceder a las secciones del menú. Las noticias de portada fueron 124. Éste es justamente el número de noticias con enlaces a su sección de pertenencia y el número de vínculos a opciones de búsqueda.

El anexo O muestra los enlaces presentes en una página principal del periódico.

Los enlaces a noticias anteriores relacionadas se presentaron sólo en 9,43% de las noticias. Cabe destacar que este tipo de enlaces se dio sólo en noticias con *teaser*. De hecho, los vínculos a noticias relacionadas, cuando existen, se colocan al final del *teaser*, tal como se muestra en el anexo P.

Sólo ocurrió un enlace a especiales relacionados, a pesar de que por la temática de estos especiales podían haberse vinculado a 30 avances informativos. Una situación similar ocurrió con los foros y las encuestas. Existía la posibilidad de vincular seis noticias con los foros y las encuestas que preparó la redacción de *El Nacional*. Sin embargo, la vinculación se realizó sólo en la mitad de los casos.

En el mes de marzo, *El Nacional* digital ofrecía dos opciones de blogs: uno de Política, a cargo de Javier Pereira, y otro de Deportes, escrito por Humberto Acosta. A través de la aplicación de las tablas se comprobó que no existe relación entre los contenidos de los blogs y los avances informativos. Se infiere que en la redacción manejan ambos contenidos de forma independiente. No ocurre una integración de los blogs a los avances informativos.

En ninguna de las noticias analizadas aparece un vínculo al correo electrónico del periodista o redactor para motivar la retroalimentación y el envío de comentarios. Este hecho se explica en la mayoría de los casos porque muchos de los avances informativos provienen de agencias noticiosas como *Associated Press*, ANSA, *France Press*, etc. Sin embargo, existen algunos avances que son redactados por el equipo de *El Nacional*. Éstos aparecen firmados sólo por las iniciales del redactor y no se coloca su correo electrónico, tal como se puede ver en el anexo Q.

Tal como se esperaba, los niveles hipertextuales 1 y 2 estuvieron presentes en todas las informaciones, pues ambos constituyen la noticia digital tradicional. El nivel 3

sólo estuvo presente en el 12,12% de las noticias. Se trata de 36 noticias, de las cuales 29 presentaron un solo vínculo del tercer nivel, cinco presentaron dos vínculos y dos tuvieron tres hipervínculos.

Al tomar en cuenta los elementos multimedia, se evidenció que la mayoría de éstos cumplían una mera función referencial o de apoyo de la noticia y no aportaban nada novedoso. Esta situación se aprecia claramente en el anexo R. Los aportes se dieron sólo en 11 de las 65 noticias que contenían elementos multimedia. La mayoría de los elementos multimedia (88,06%) eran fotografías, seguidas por los sonidos (10,45%) y los gráficos (1,49%). En el sitio web no ofrecían vídeos ni infografías para el momento de la aplicación del instrumento.

Se puede decir que en el empleo de los elementos multimedia se mantiene una clara dependencia del medio impreso, donde la fotografía muchas veces ilustra la noticia. En los medios digitales, la imagen cumple una destacada importancia y no queda relegada a un segundo plano con relación al texto.

Con respecto a la categoría ocho, referente al seguimiento de los avances informativos con *teaser* en tres horarios, se obtuvo que entre las 9 am y las 3 pm, los cambios en la estructuración de los avances informativos fueron prácticamente nulos, ya que resultó un valor promedio de 0,25, en donde el valor 0 significaba la ausencia de cambios. La situación se alteró levemente entre las 3 pm y las 9 pm, ya que durante este horario se obtuvo un valor de 0,64; es decir más cercano al 1, lo cual significa que al menos uno de los elementos constituyentes de la noticia sufrió cambios.

La explicación de que se presente un mayor índice de cambios en el segundo horario se encuentra en que es durante este período cuando se desarrollan los hechos noticiosos y se profundiza en ellos. Los avances informativos que se colocan a las 9 de la mañana son generalmente noticias ampliadas del día anterior o hechos muy nuevos de los cuales se tienen pocos datos. En horas de la tarde, es cuando la información adquiere

su mayor complejidad y los avances se pueden complementar con las ruedas de prensa que generalmente se ofrecen después del mediodía y hasta las 8 ó 9 pm.

Tanto en el intervalo de 9 am a 3 pm como en el que va de 3 pm a 9 pm, los elementos que más cambiaron fueron los enlaces. Esto se explica por el hecho de que los avances informativos se actualizan constantemente y a lo largo del día se añaden nuevas noticias a la lista de avances de cada sección. En el primer intervalo, dos elementos quedan empatados en el segundo lugar: el titular y el *teaser*, mientras que en el segundo intervalo el titular es el segundo elemento que se cambia, con siete actualizaciones, seguido por el cuerpo de la noticia con seis actualizaciones.

Entre las 9 am y las 3 pm, de los seis elementos susceptibles de cambio, se obtuvo que en promedio cambiaron 1,18, lo cual constituye sólo el 5,75% de los elementos que podían alterarse. En el segundo horario, la situación mejoró, pues cambiaron 2,22 elementos en promedio, correspondientes al 15,54%.

Con respecto a la estructura hipertextual empleada por el sitio web, se puede inferir que es una estructura mixta abierta, pues mezcla las características de las estructuras axial y en red y no posee un único final. La mayoría de los enlaces se presentan en red, ya que los nodos o bloques de información que conforman el menú principal aparecen en las páginas individuales. De esta forma, desde el *home* se puede acceder a la sección de Política y dentro de la sección de Política saltar a la de Deportes, sin necesidad de regresar al *home*.

Sin embargo, existen los avances informativos Minuto a Minuto, los cuales se ordenan en una lista y al hacer clic sobre ellos se abren en una ventana individual. En esta nueva ventana no existe el menú general del diario, por lo que estos contenidos se encuentran aislados del resto de la información y sólo se vinculan al *home*, a otras noticias de la misma sección y a los enlaces parainformativos. Aquí se rompe la estructura reticular.

Según la clasificación referida por Lamarca (2006), se puede hablar de una mezcla entre el hipertexto de nodos encadenados (en red) y el hipertexto estructurado (unión de los elementos con base en ciertos criterios).

Según Díaz y Salaverría (2003) no es una estructura lineal como la que se da en los medios impresos; tampoco es paralela, pues una vez que se ha seguido uno de los enlaces no tiene que seguirse necesariamente el enlace siguiente, sino que puede saltarse a otro contenido que esté en otra sección; es decir, los nodos no se dividen en secciones paralelas que se conectan de forma lineal. La estructura que más se asemeja a la empleada por el diario es la arbórea, pues consta de un tronco que se divide en secciones. Sin embargo, en ésta los nodos que están en un mismo nivel no presentan relación entre sí, por lo que no describe la situación del sitio web.

Al descartar que se trate de una estructura reticular por lo expuesto anteriormente, se debe concluir que es una estructura mixta abierta con retorno al inicio.

En cuanto a la redacción se emplea una estructura lineal de pirámide invertida, en la que el texto sólo sigue una única dirección y va de lo más importante a lo meramente contextual. Los bloques de texto se presentan como texto plano. No existe la posibilidad de que el usuario haga clic en un intertítulo que lo lleve a un bloque específico dentro de un mismo avance informativo. La ausencia de enlaces internos refleja esta situación.

2.2 *El Universal*

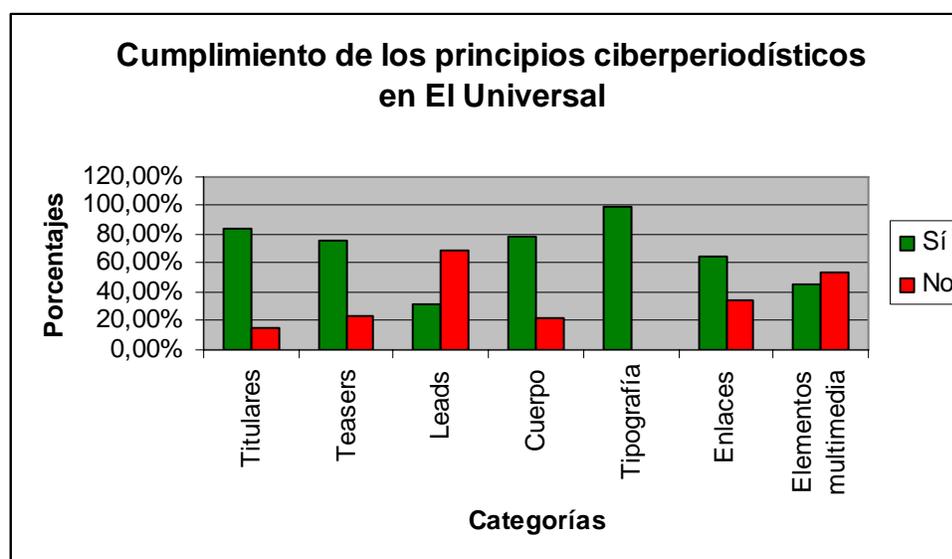


Gráfico 2: Cumplimiento de los principios ciberperiodísticos en *El Universal*

Entre el 1 y el 31 de marzo se obtuvo un número total de 2.260 avances informativos, por lo cual la muestra de 15% estuvo conformada por 339 unidades. Cabe destacar que estos avances se encuentran asentados y numerados en la tabla 0.

En cinco de las categorías analizadas, se observa que en *El Universal* se cumplieron la mayoría de los principios que rigen la manera de presentar la información en la Web; por tanto, en términos generales se cumplieron los requisitos del ciberperiodismo.

En la categoría de *leads*, no se siguió esta tendencia, puesto que sólo en 31,56% de los avances, las entradas tenían 35 palabras o menos. Por otra parte, con respecto a la categoría de elementos multimedia, a pesar de que sólo 45,95% amplía la información que aparece en el texto, el porcentaje es muy cercano al de aquellos elementos que no la complementan (54,05%).

En lo que respecta a la categoría de titulares, se dieron todos los principios de redacción periodística, donde el que más sobresalió fue el estilo informativo, ya que obtuvo una presencia de 99,71%. En segundo lugar, está la ausencia de localismos, puesto que se obtuvo 99,12%, mientras que la presencia de la voz activa se ubicó en 96,46%. Obviamente, el hecho de que estos valores estén presentes en prácticamente todos los avances evaluados, obedece a que en la enseñanza periodística en Venezuela se hace énfasis en el cumplimiento de estos principios.

Las categorías que obtuvieron los porcentajes más bajos fueron las de uso del tiempo presente (74,04%) y la del esquema sujeto-verbo-complemento (87,91%). En el análisis de los avances de *El Universal*, se apreciaron, en algunos casos, sintaxis que no se ajustaban al esquema tradicional de sujeto y predicado (verbo y complemento). Un ejemplo de ellos se puede observar en el anexo T, donde se reproduce la noticia titulada “Inaugurada línea aérea Teherán-Caracas vía Damasco” (02/03/07). En este caso, no se inicia con un sujeto, sino con un verbo en participio pasado.

En la categoría de *teasers*, la ausencia del tiempo presente fue más notoria, por cuanto, éste se observó únicamente en 28,63% de los avances analizados. Por otra parte, la correspondencia conceptual entre el *teaser* y el *lead* fue importante, ya que se ubicó en la totalidad de las noticias estudiadas (100%), al igual que se encontró que todos fueron inferiores a 200 palabras.

En lo que respecta a los tipos de *teaser* de la primera clasificación, 85,46% de los *teasers* analizados fueron título más texto; mientras que el tipo de texto y fotografía, sólo se observó en 14,54% de los casos. Cabe señalar que de los tipos palabra o título, y foto *teasers*, no se encontraron en ninguna de las noticias.

En la segunda clasificación se observa un predominio del *teaser* de impacto (58,54%); mientras que el *lead* del sumario se encontró en 27,75% y el de resumen en

15,42% de los casos. Los *teaser* tipo pregunta, de anuncio y omisión, no se observaron en las noticias analizadas. En el anexo U hay un ejemplo de *teaser*.

En la categoría de *leads*, no se cumplió la única condición analizada, puesto que 68,44% supera las 35 palabras. Las preguntas que más se le responden al lector en la entrada son las siguientes: qué y quién, las cuales se encontraron en todos los avances, y cuándo, que se observó en 62,24% de los casos.

Con relación al cuerpo de los avances informativos, en 56,34% de éstos constó de menos de 25 líneas, lo cual concuerda con uno de los principios del ciberperiodismo. Adicionalmente, en las 339 noticias analizadas, la información se estructuró de lo más relevante a lo más superficial, lo cual se explica por la utilización de la pirámide invertida en la redacción.

En el anexo V se observa un *lead* (primer párrafo) incompleto, el cual responde a las preguntas “qué”, “quién”, “cuándo” y “por qué”. Además, el cuerpo de la noticia tiene menos de 25 líneas y está estructurado de acuerdo a la pirámide invertida.

Los avances informativos poseen una tipografía Arial de tamaño 9; los titulares en Arial tamaño 12; igualmente ocurre en los *teasers* analizados. Por otra parte, las fotoleyendas están en Verdana tamaño 7. Como se observa, el tamaño de la tipografía se mantiene en 9 puntos o menos, haciendo la salvedad con respecto a los titulares. De igual forma, el tipo de letra que predomina es Arial, aunque también se utiliza Verdana, pero ambas son sans-serif para facilitar la lectura de textos en Internet.

Durante casi todo el mes de marzo de 2007, el sitio web de *El Universal* no utilizó vínculos internos –se encuentran dentro de la redacción– en las noticias para enlazarlas con otros contenidos. Sin embargo, a finales del mes el sitio empezó a incorporar estos vínculos, como puede apreciarse en el anexo W. Por otra parte, en *El*

Universal todos los avances informativos están vinculados a la página principal o *home*, a las diversas secciones y a las noticias que se encuentran en éstas.

Igualmente, en todas las noticias analizadas se encuentran enlaces parainformativos, como lo son “imprimir” y “enviar por correo”. No se observa en ningún momento un enlace relacionado con “votar la noticia”. El anexo X presenta un ejemplo de estos vínculos.

Los enlaces a noticias anteriores relacionadas se observaron en 30,38% de las noticias. Este tipo de vínculos no sólo se dio en las noticias de portada o con *teaser*. En el anexo Y se encuentra un ejemplo.

Sólo en 14,81% de los casos había en enlaces a especiales relacionados. Cabe destacar que por la temática de los mismos, podían haberse vinculado a 27 avances informativos.

A través de la aplicación de las tablas se observó que no existe ninguna vinculación entre los contenidos de los blogs de *El Universal* y los avances informativos. Por esta razón, se puede inferir que en la redacción se manejan ambos contenidos de forma independiente.

Vínculos al correo electrónico del periodista o redactor de las noticias sólo se encontraron en 4,95% de los casos, debido a que muchos de estos avances fueron tomados de diversas agencias noticiosas. Adicionalmente, algunos de éstos aparecen firmados con el nombre del periodista o con las iniciales del redactor, como se puede observar en el anexo Y.

Por otra parte, los niveles hipertextuales 1 y 2 estuvieron presentes en todas las informaciones analizadas, constituyendo así la noticia digital tradicional. Mientras que el nivel 3 estuvo presente en 31,86% de los casos.

Con relación a los elementos multimedia, se comprobó que 54,05% de éstos no complementaban la información, sino servían de referencia (anexo Z). Por otro lado, la mayoría de los elementos multimedia fueron fotografías (99,10%) y, en menor medida, se observaron sonidos (0,90%). Sin embargo, es importante señalar que fue a finales de marzo cuando *El Universal* empezó a incorporar audio a sus informaciones y en abril comenzó a colocar vídeos.

En la categoría ocho, referente al seguimiento de los avances informativos con *teaser* en tres horarios –9 am, 3 pm y 9 pm–, no se observó ningún cambio o modificación en las noticias. Es importante señalar que éstas corresponden a las mismas que fueron publicadas en la versión impresa del diario, puesto que a las 9 de la mañana no hay ningún avance en portada. A partir de las 11 am es cuando se modifica la página principal de la Web.

Con respecto a la estructura hipertextual empleada por el sitio web de *El Universal*, se puede determinar que utiliza una estructura mixta abierta, debido a que combina las características de las estructuras axial y en red, y adicionalmente, no tiene un final único. Por ejemplo, desde la página principal se puede ir a cualquiera de las secciones y desde allí, a otra, sin necesidad de retornar al *home*.

Además, la estructura que se emplea en *El Universal* es la arbórea, ya que posee un tronco dividido en secciones. De igual forma, un nodo puede llevar a diversas opciones. En definitiva, *El Universal* utiliza una estructura mixta abierta con la posibilidad de regresar al inicio y elegir diferentes caminos.

En lo que respecta a la redacción, se emplea la estructura lineal de pirámide invertida, ya que el texto va de lo más resaltante a lo menos importante. Vale la pena resaltar que *El Universal* empieza a incorporar enlaces internos, lo cual hace menos lineal el recorrido a través de las informaciones.

3. Análisis comparativo entre medios por indicadores

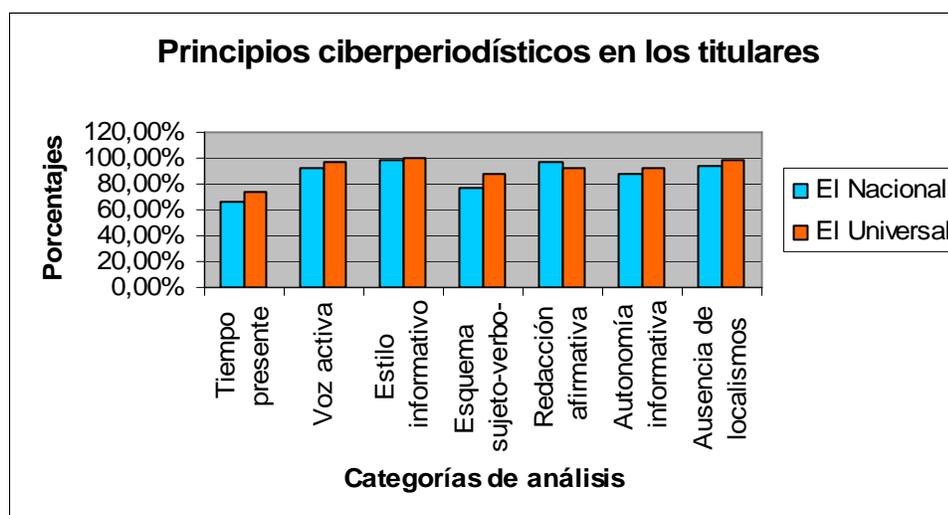


Gráfico 3: Principios ciberperiodísticos en los titulares

En los aspectos que se evaluaron con relación a los titulares, se puede decir que los medios analizados cumplen con las condiciones del buen ciberperiodismo, ya que ambos poseen un porcentaje de características positivas superior al 65%. En la mayoría de los puntos evaluados para precisar la existencia de los principios ciberperiodísticos en los titulares, *El Universal* sobrepasa a *El Nacional*. Sin embargo la tendencia se revierte en la redacción afirmativa, donde *El Nacional* muestra esta condición en un 4% más que el otro diario.

Si bien existe una mayor presencia de las condiciones ciberperiodísticas en *El Universal*, debe mencionarse que la diferencia entre ambos diarios en este punto es muy poca y que ambos cumplen de forma aceptable con lo que se espera que sea un titular para la web.

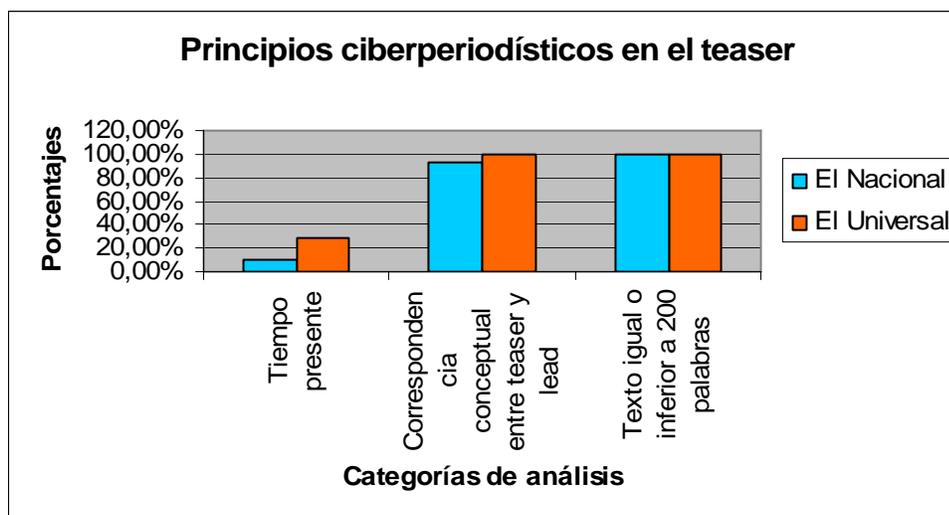


Gráfico 4: Principios ciberperiodísticos en el *teaser*

La tendencia manifestada en los titulares se repite en el *teaser*. En el análisis de este elemento se comprobó que nuevamente el diario *El Universal* cumple en mayor grado con los ideales del ciberperiodismo. La diferencia más importante se aprecia en el empleo del tiempo presente, que en *El Universal* se presenta en el 28,63% de los casos, mientras que en *El Nacional* sólo ocurre en un 10,57%. En ambos periódicos, todos los *teasers* analizados tuvieron menos de 200 palabras, con lo que cumplen la función de ser concisos y directos.

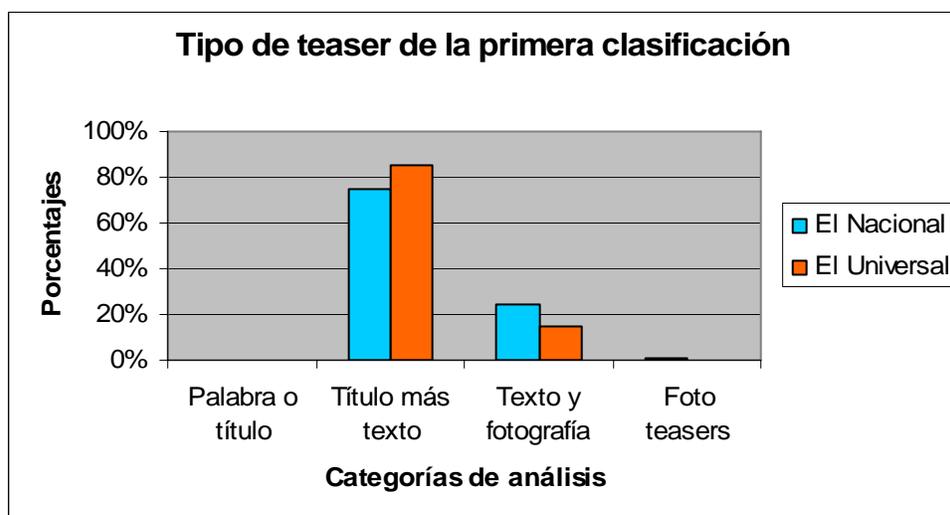


Gráfico 5: Tipo de *teaser* de la primera clasificación

En cuanto al *teaser* de la primera clasificación se observa que ninguno de los diarios incorpora el *teaser* de palabra o título, y los foto *teasers* sólo los usa *El Nacional* en una cantidad muy pequeña (0,81%). El tipo más común en ambos periódicos digitales es el *teaser* de título más texto, sobre todo en *El Universal*, que sobrepasa en este sentido a *El Nacional* en un 11%. En segundo lugar queda el *teaser* de texto y fotografía, más desarrollado por *El Nacional* que por *El Universal*. Esto se debe a que *El Universal* prefiere utilizar las imágenes en el segundo nivel hipertextual, correspondiente a la noticia desarrollada, y no en el *teaser*.

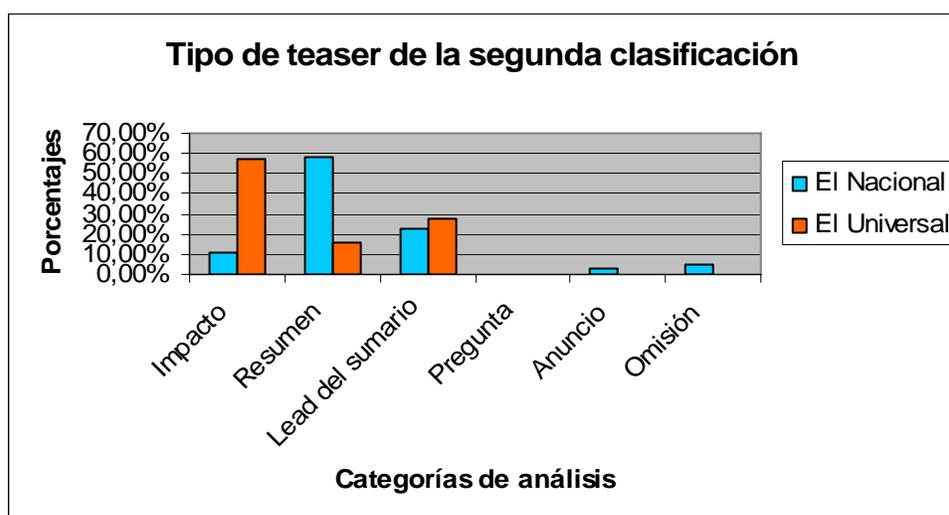


Gráfico 6: Tipo de *teaser* de la segunda clasificación

Los tipos de *teaser* de la segunda clasificación varían sustancialmente según el diario. *El Nacional* es el que presenta mayor variedad de *teasers*, pues en las noticias analizadas hubo *teasers* de impacto, resumen, *lead* del sumario, anuncio y omisión. *El Universal* sólo presentó *teasers* de impacto, resumen y *lead* del sumario, pero superó en cantidad a *El Nacional* en dos de ellos (impacto y *lead* del sumario). Ninguno de los diarios empleó el *teaser* de pregunta, el cual, aunque aparece en la lista de *teasers* posibles, no es recomendado por Díaz y Salaverría para la redacción de textos digitales informativos.

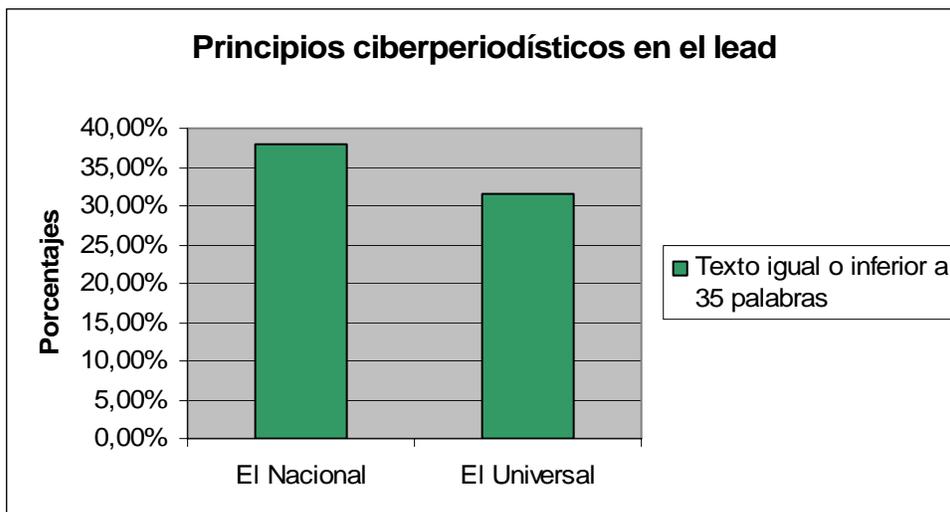


Gráfico 7: Principios ciberperiodísticos en el lead

La única característica evaluada en los *leads* –que fueran de 35 palabras o menos- no se cumplió de forma satisfactoria en ninguno de los diarios, pues esta condición se presentó en menos del 40% de los avances analizados en cada uno. La situación fue peor en *El Universal*, donde sólo se presentó en el 31,56%.

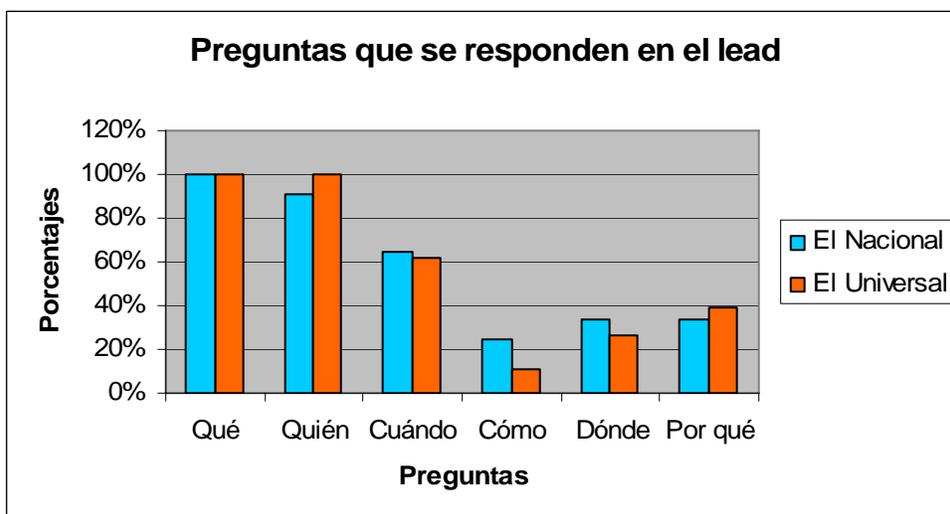


Gráfico 8: Preguntas que se responden en el lead

En una situación ideal el *lead* de una información digital debería responder a la mayor cantidad de interrogantes de forma concisa y directa. Sin embargo, esto no ocurre en ninguno de los diarios. En *El Nacional* la única pregunta a la que responden todos los *leads* es al “qué”. Es lógico que ésta sea la pregunta más respondida, ya que es el centro del hecho noticioso. En *El Universal* la situación mejora sólo un poco, ya que en todos los avances se responde al “qué” y al “quién”. El resto de las preguntas se responden en mayor medida en *El Nacional*, a excepción del “por qué” que en *El Universal* supera a *El Nacional* por un 6%. Este aspecto puede indicar que *El Universal* pone un mayor énfasis en la explicación de las causas de los hechos noticiosos.

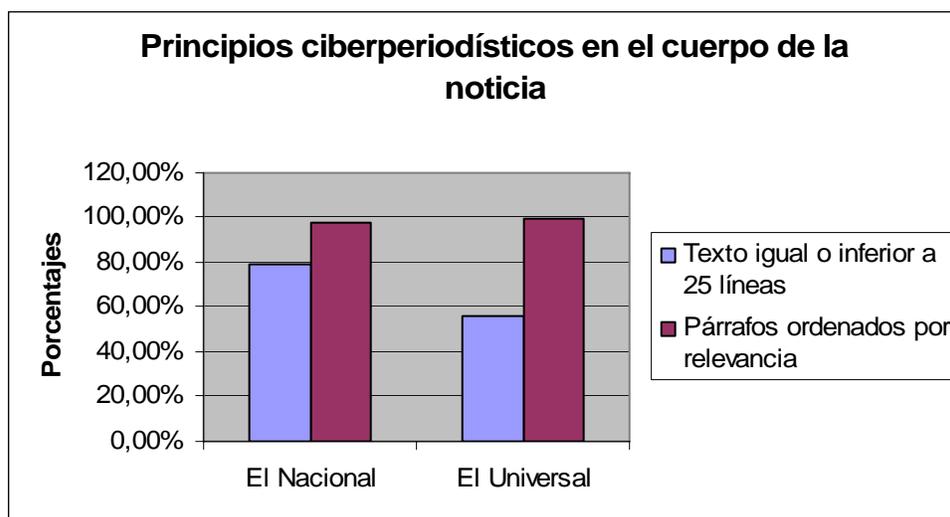


Gráfico 9: Principios ciberperiodísticos en el cuerpo de la noticia

El tratamiento que se le da al cuerpo de la noticia es muy parecido en los dos diarios. La característica “párrafos ordenados por relevancia” se presenta en casi todos los avances analizados. La mayor diferencia entre ambos diarios digitales se presenta con respecto a la extensión de los cuerpos, ya que en *El Nacional* ésta es inferior a 25 líneas en casi el 80% de los casos, mientras que en *El Universal* no llega al 60%. Las noticias de *El Universal* son más largas, lo cual implica que el usuario-lector deberá

mover más la barra de desplazamiento para abarcar todo el contenido de la noticia, lo cual constituye una desventaja, pues el lector puede abandonar fácilmente la lectura.

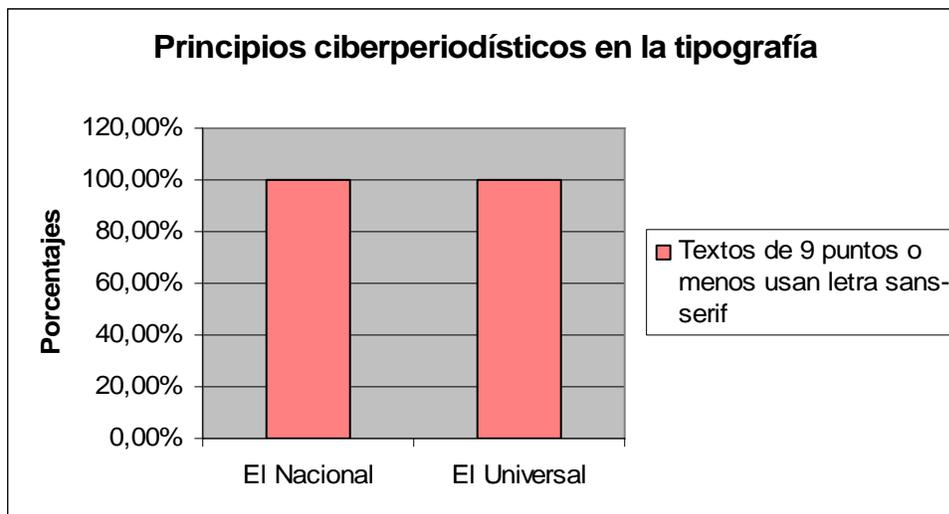


Gráfico 10: Principios ciberperiodísticos en la tipografía

Tanto en *El Nacional* como en *El Universal* se emplea tipografía sans-serif en aquellas letras de tamaño igual o inferior a los 9 puntos. Cabe destacar que en *El Nacional* no hubo letras de más de 9 puntos, mientras que *El Universal* utiliza Arial 12 en los títulos de las 339 noticias analizadas. Esta fuente es un tipo particular de etrusca. El tipo de letra es un aspecto destacado, ya que Nielsen (2000) recomienda el uso de letra sans-serif o sin terminaciones en los textos pequeños. Esto facilita la legibilidad en los monitores de las computadoras

Con respecto al tamaño, también vale destacar que *El Universal* permite que los usuarios ajusten la tipografía de los avances informativos a siete tamaños distintos que van desde 9 puntos hasta 13,5 puntos.

El Nacional, por su parte, utiliza letra Arial de tamaño 8,5 para sus títulos y Geneva (otra etrusca) de tamaño 8,5 para los textos generales.

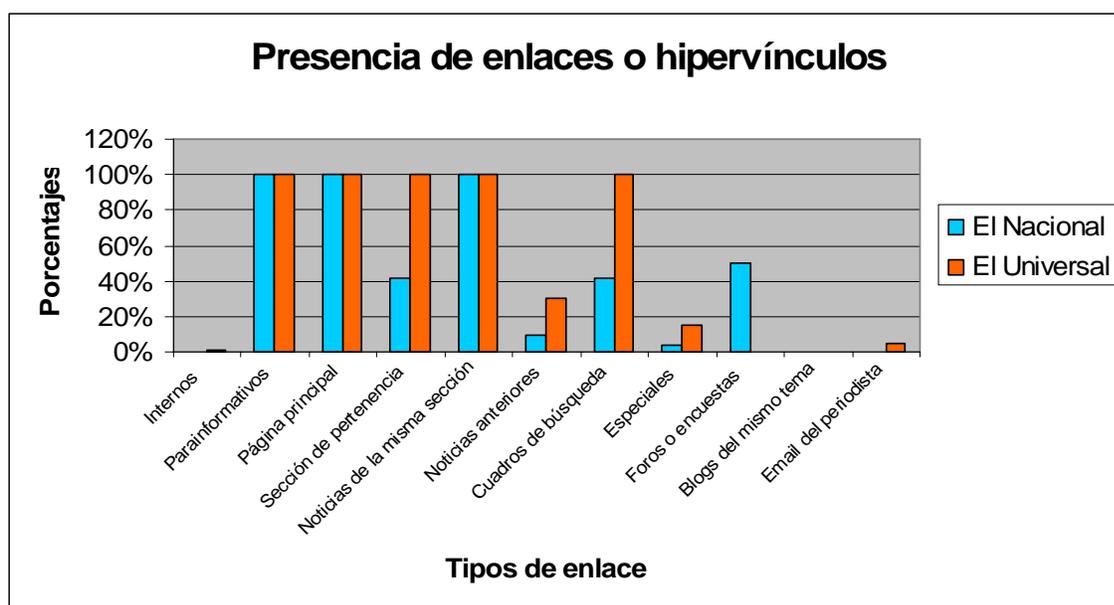


Gráfico 11: Presencia de enlaces

En todos los avances analizados de *El Nacional* y *El Universal* se observan enlaces parainformativos, enlaces a la página principal y enlaces a noticias de la misma sección. En las categorías restantes existe una mayor preponderancia de *El Universal*, en particular en lo referente a los enlaces internos y a la presencia de enlaces al correo electrónico del periodista, elementos que se encuentran ausentes en *El Nacional*. Sin embargo, los enlaces a foros o encuestas se presentan en la mitad de las noticias de *El Nacional* que podrían vincularse a foros o encuestas de temática similar, mientras que en *El Universal* este punto se encuentra ausente. En ninguno de los diarios se vinculan las noticias con los blogs.

El total de los avances informativos analizados presentó sólo dos tipos de enlaces parainformativos: imprimir y enviar la noticia. Cabe destacar que ambos diarios ignoraron la función que expresa una mayor interactividad, como lo es votar o evaluar la noticia a partir de una escala.

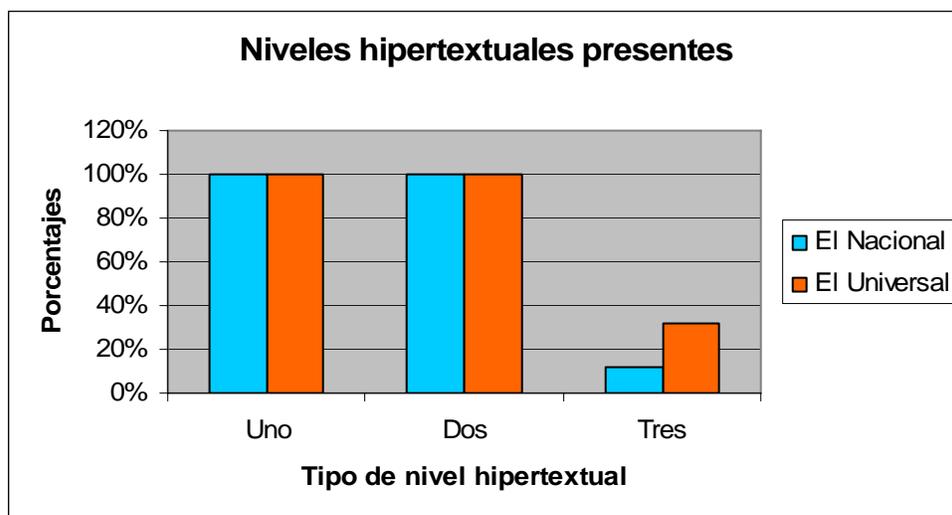


Gráfico 12: Niveles hipertextuales

En el aspecto de los niveles hipertextuales, es interesante observar cómo, a pesar de que en todas las noticias de los dos diarios se presentan los niveles 1 y 2, el nivel 3 correspondiente a enlaces que complementan la noticia, se presenta con mayor fuerza en *El Universal* y supera en un 20% al primer diario. La diferencia se explica en el hecho de que *El Nacional* sólo presenta enlaces del nivel 3 en sus noticias con *teaser*, mientras que en el resto de los avances se enfoca sólo en la información factual.

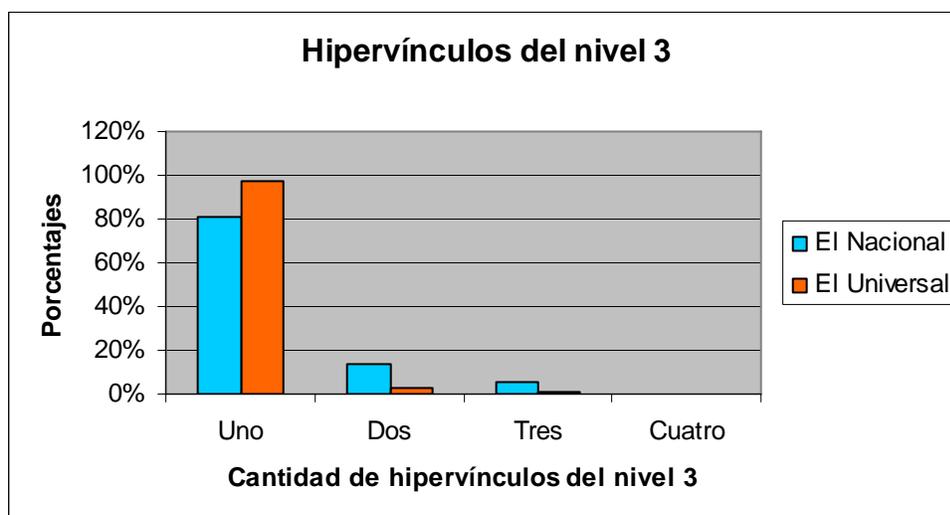


Gráfico 13: Hipervínculos del nivel 3

La situación en cuanto a la cantidad de enlaces del nivel 3 en una sola noticia es muy parecida en ambos periódicos. No obstante, *El Nacional* es más propenso a presentar dos o tres hipervínculos del nivel 3, en relación con *El Universal*.

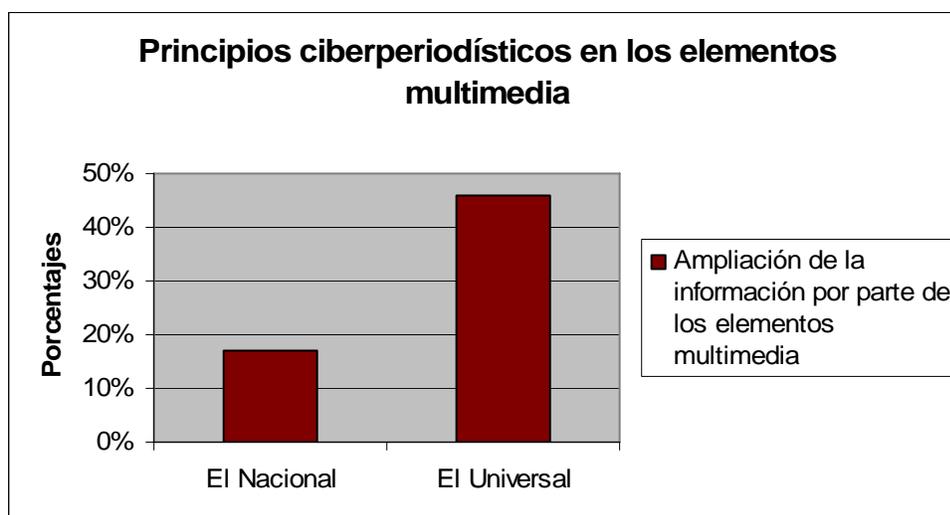


Gráfico 14: Principios ciberperiodísticos en los elementos multimedia

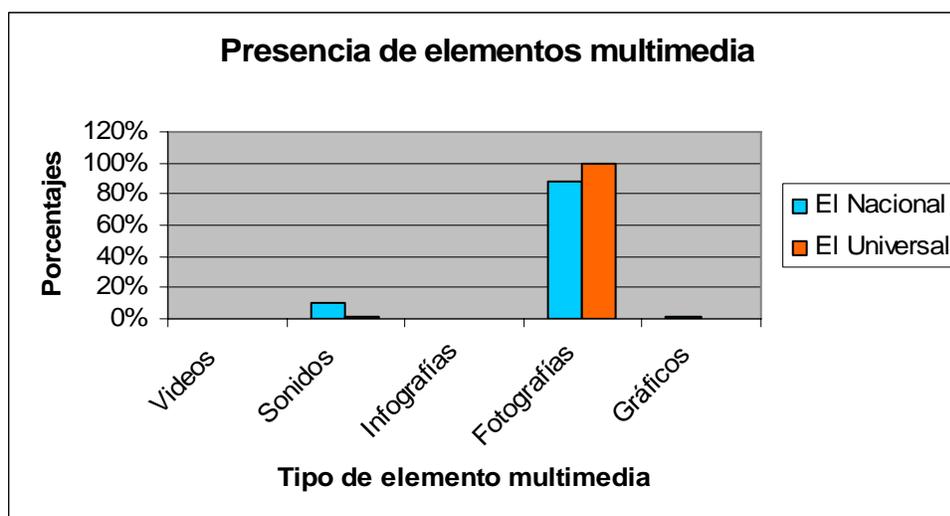


Gráfico 15: Presencia de elementos multimedia

El Universal es el diario que más amplía la información escrita a través de sus elementos multimedia. Al tener noticias más cortas, y con la influencia del medio

impreso en el que se le da más importancia al texto que a la imagen, *El Nacional* recurre al uso de fotos meramente contextuales o que permiten ubicar a personajes o instituciones. *El Universal* realiza un mayor despliegue fotográfico.

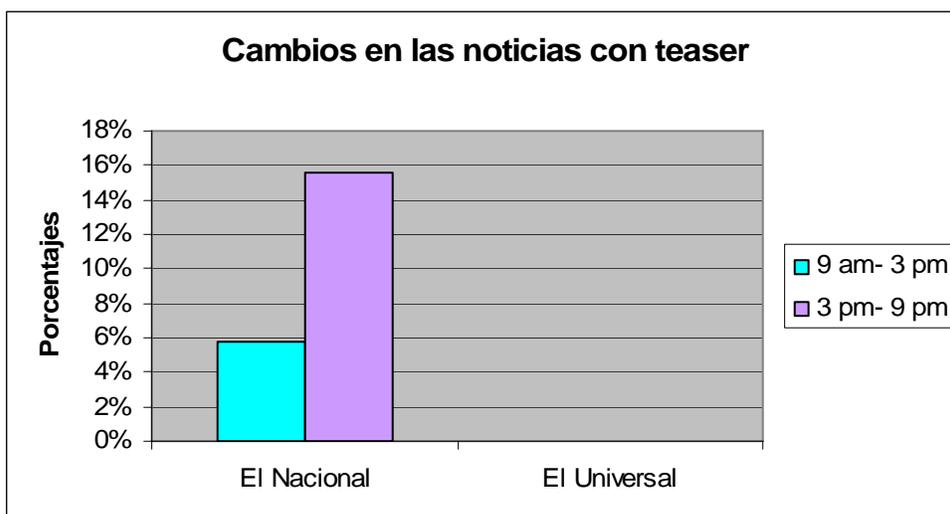


Gráfico 16: Cambios en las noticias con *teaser*

Con respecto a los cambios en las noticias con *teaser* a las 9 am, 3 pm y 9 pm, se debe notar que la redacción permanece invariable en *El Universal*. En *El Nacional*, por su parte, los mayores cambios ocurren entre las 3 pm y las 9 pm, como consecuencia del mayor flujo noticioso que se presenta en horas de la tarde.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La adopción de las características y potenciales del entorno digital en los medios tradicionales es un proceso largo y complicado, pues requiere alterar las estructuras de pensamiento que han regido a la profesión periodística desde sus inicios. Las nuevas tecnologías y el agrado que han generado en la población mundial, particularmente entre los segmentos juveniles, llaman a un cambio en la forma de presentar la información en el siglo XXI.

Los nuevos comunicadores deben ofrecer información e incentivar su recepción en una audiencia acostumbrada a la interfaz gráfica y a un entorno multimedia, con una mayor preponderancia de lo audiovisual sobre lo impreso.

En Venezuela aún queda un largo camino por recorrer para la instauración de un verdadero periodismo digital, que explote todo su potencial comunicativo. El que los sitios web de los dos periódicos analizados incorporen una sección de avances informativos es ya de por sí un progreso, aunque no es suficiente. En general, ambos diarios se encuentran en el modelo digital, definido por Cabrera (2001 cp. Yus, 2003), como aquel en el que el ciberperiódico apela a la interactividad y ofrece servicios adicionales a los de la versión impresa.

Al finalizar el estudio se hizo un seguimiento de ambos diarios y se verificó que *El Nacional* mantenía las mismas características de navegación y presentación de sus recursos que quedaron registradas en el mes de marzo. *El Universal*, por su parte, ha realizado cambios en pro de aumentar las formas de presentación de la información y llegar al modelo multimedia, a través del desarrollo de recursos audiovisuales, quizás influidos por el impacto generado con la página Web www.youtube.com. A su vez, ha incrementado el número de fotogalerías y presentaciones especiales que permiten informar de forma dinámica y mucho más ligera.

De los resultados obtenidos en este trabajo de grado, se desprende que las salas de redacción digital de los diarios en cuestión deberían realizar modificaciones en las pautas para la disposición de sus contenidos digitales.

El Nacional debería incrementar la cantidad de enlaces internos, ya que son una forma sencilla y poco costosa de promover la interactividad e incrementar el tercer nivel de la información, tal como lo empezó a hacer *El Universal* a finales de marzo. A su vez, se recomienda el empleo del enlace parainformativo “votar la noticia”, pues aunque no es común el uso de éste en Venezuela, sí es ampliamente presentado en los sitios noticiosos de España y Latinoamérica como una forma de incrementar la interactividad.

Si bien es adecuado el uso de ventanas independientes para abrir los avances informativos, éstos deberían vincularse en red al resto de los contenidos del sitio web, ya que en caso de cerrarse la ventana general del diario, el usuario quedaría desvinculado del resto de los contenidos que se ofrecen y sólo podría regresar al *home* o página principal. Lo mismo aplica con la opción de búsqueda, a la cual sólo se puede acceder desde la ventana principal y no en las ventanas particulares.

Es importante aumentar los vínculos entre los avances informativos y los materiales preparados previamente por la redacción del diario. Existe la impresión de que los contenidos especiales se realizan exclusivamente para llenar una sección del sitio web y que, por ende, están desvinculados del resto. Los vínculos a noticias anteriores o relacionadas deberían aparecer tanto en el nivel 1 como en el nivel 2 de la información y no solamente en el teaser de portada (nivel 1).

Los elementos multimedia de *El Nacional* deberían ser más útiles y no cumplir con una mera función referencial. A través de la aplicación del instrumento se encontró que algunas noticias que trataban un tema similar tenían la misma foto. De igual forma, sería importante que el diario ahondara en otros recursos multimedia, más allá del empleo de las fotografías.

Del seguimiento de las noticias en los tres horarios en *El Nacional* se extrae que debería darse una mayor actualización o refrescamiento de los contenidos, en aras de mantener la idea de instantaneidad, propia de los avances de último minuto.

La redacción de *El Universal* debe tratar de redactar *leads* de menos de 35 palabras para que los lectores se sientan más cómodos. De igual forma debería reducir la extensión de sus noticias con el fin de enviar la información a los lectores de forma más fluida, cómoda y efectiva. El hecho de que no se responda a todas las preguntas en el *lead* invita a los usuarios a que continúen con la lectura de la información.

Si bien a partir de abril se vincularon las noticias de *El Universal* con otras informaciones dentro del mismo texto, la presencia de los enlaces internos sigue siendo escasa, por lo que se recomienda aumentar su cantidad y regularidad.

Los enlaces a especiales no son muy comunes en *El Universal*, lo cual evita que el lector conozca más acerca de las informaciones que se tratan en los avances. Al igual que en *El Nacional*, habría que vincular las noticias cuando los temas estén relacionados con trabajos especiales, como foto-reportajes, fotogalerías, entre otros.

A la par de colocar el enlace parainformativo de “votar la noticia”, no estaría de más agregar la opción de comentarios para que la persona pueda expresarse, ya que el diario no cuenta con foros para debatir acerca de los temas que presenta.

Existen mejoras en el manejo de los elementos multimedia con la inclusión reciente de sonidos y vídeos. Sin embargo, también se podrían complementar las noticias con gráficos e infografías.

Sería interesante la realización, más adelante, de un estudio similar, que evaluara no sólo a *El Nacional* y *El Universal*, sino también a otros diarios que tienen presencia en la web, y de los cuales se esperaría que mejoraran la estructuración de sus contenidos informativos con el paso de los años, hacia la generalización del modelo digital y multimedia.

El aumento en la cultura tecnológica del venezolano y las demandas de los usuarios contribuirán a incentivar las mejoras requeridas en la presentación de la información digital a futuro.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias bibliohemerográficas:

- Aguirre, J. (2006). Nuevos perfiles y competencias en el periodismo digital. En M. Rojano (comp), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, (pp. 57-72). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Alonso, J., Martínez, L. (2003). Medios interactivos: caracterización y contenidos. En J. Díaz & R. Salaverría (comps.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, (pp. 261-305). Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Álvarez, J. (2003). El periodismo ante la tecnología hipertextual. En En J. Díaz & R. Salaverría (comps.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, (pp. 231-259). Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Arias, F. (1999). *El proyecto de investigación: Guía para su elaboración*. Caracas: Editorial Episteme.
- Baeza-Yates, R., Rivera, C., Velasco, J. (2004). *Arquitectura de la información y usabilidad en la web*. El profesional de la información. Granada: Editorial Taylor & Francis.
- Balestrini, M. (2002). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Caracas: Consultores Asociados Servicio Editorial.
- Bowman, S., Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio*. California: The Media Center.
- Casasús, J. (1985). *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Castells, M. (2000). *La Era de la Información Vol. 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cely, A., Neuman, M. (2000). Caracterización de los Medios Cibernéticos de Comunicación Social en Venezuela. *Revista Comunicación: Estudios venezolanos de Comunicación*, 111.
- Cely, A. (2006). Estructura editorial de los cibermedios de Venezuela. En M. Rojano (comp.), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, (pp. 119-143). Caracas: Publicaciones UCAB.

- Cerezo, J., Zafra, J. (2003). *El impacto de internet en la prensa*. Madrid: Cuadernos/Sociedad de la información.
- Cores, R. (2004). *Infográficos multimedia: el mejor ejemplo de noticias hipertextuales*. Mediación, 040502.
- Díaz, J. y Salaverría, R. (comps.).(2003). Hipertexto periodístico: Teoría y modelos. En *Manual de Redacción Ciberperiodística*, (pp. 81-139). Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Edo, C. (2003). Rasgos y normas del estilo ciberperiodístico. En J. Díaz & R. Salaverría (comps.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, (pp. 353-383). Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Kerlinger, F. (1988). *Investigación del comportamiento*. Mc Graw Hill
- Landow, G. (1995). *Hipertexto*. Barcelona, España: Paidós
- López, X. (2003). Retórica del hipertexto periodístico. En J. Díaz & R. Salaverría (comps.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, (pp. 385-422). Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Martínez, Z. (2006). Periodismo y blogs: ciudadanos con voz y voto. En M. Rojano (comp.), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, (pp. 153-170). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Méndez, I. (2006). Medios digitales: viajes en hipertexto. En M. Rojano (comp.), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, (pp. 105-116). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Meso, K. (2006). Nueva profesión, el periodista digital. En *Lo mejor de Chasqui: Periodismo Digital*, (pp. 15-23). Quito: Editorial "Quipus", CIESPAL.
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad. Diseño de sitios web*. Madrid, España: Pearson Educación.
- Ong, W. (1994). *Oralidad y escritura, tecnologías de la palabra*. Bogotá: Fondo de cultura económica, Ltda.
- Orihuela, J. (2006). El ciberperiodista, entre la autoridad y la interactividad. En *Lo mejor de Chasqui: Periodismo Digital*, (pp. 9-14). Quito: Editorial "Quipus", CIESPAL.
- Orihuela, J. (2006). *La revolución de los blogs*. Madrid: La esfera de los libros.

- Páez, A.; Velandria, C. (2004). Formación de ciberperiodistas para la Sociedad del Conocimiento. *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, 133, p. 90-99.
- Peñaloza, P. (2006). Medios enredados: 10 años del Periodismo Digital en Venezuela. En M. Rojano (comp.), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, (pp. 37-52). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Saba, S. (2006). El periodista digital: de convencional a polivalente. En M. Rojano (comp.), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, (pp. 75-81). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Sabino, C. (1986). *El proceso de investigación*. Caracas: Editorial Panapo.
- Salaverría, R. (2004). ¿Cómo escribir para la prensa digital? *Chasqui*, 86.
- Sandoval, T.; Yuste, B. (2004-2005). Barreras del periodismo digital. *Revista Mexicana de Comunicación*, p. 26-31.
- Sandoval, M. (2003). Géneros informativos: la noticia. En J. Díaz & R. Salaverría (comps.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, (pp. 425-448). Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Tamayo y Tamayo, M. (1991). *El proceso de la investigación científica: Fundamentos de Investigación con manual de evaluación de proyectos*. México: Editorial Limusa.
- Tortello, M. (2006). Impactos de la WWW en el medio periodístico. En M. Rojano (comp.), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, (pp. 87-102). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Vouillamoz, N. (2000). *Literatura e hipertexto. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. Barcelona, España: Paidós Papeles de Comunicación.
- Yus, J. (2003). La lengua de los medios en la red y su interpretación. En J. Díaz & R. Salaverría (comps.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, (pp. 309-352). Barcelona, España: Ariel Comunicación.

Páginas web:

- Alt 64. (2005). *Estudio Eyetrack Medios España: Análisis del comportamiento visual de los internautas y la efectividad de la publicidad online*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: <http://www.alt64.com>

- Bellver, C. (2001). *Leer y escribir después de los libros*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: <http://nti.uji.es/docs/nti/net/despues/index.html>
- Cores, R. (2004). *Infográficos multimedia: el mejor ejemplo de noticias hipertextuales*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: <http://www.mediaccion.com>
- Díaz, J. (1997). *Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet*. Recuperado en noviembre 15, 2006, de: <http://www.ehu.es/zer/zer2/6artdiaz.html>
- Díaz, E. (2000). *Posibilidades de Internet como nuevo Medio de Comunicación para los Diarios Impresos*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de: http://www.geocities.com/prensa_en_linea/capituloII.htm
- Gil, Q. (1999). *Diseñando el periodista digital (I)*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- Mogollón, H., Acevedo, A., Ramírez, J. (2006). *Usabilidad y medios de comunicación cibernéticos en Venezuela*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: <http://eprints.rclis.org/archive/00007257/01/15F1135F.pdf>
- Montes de Oca, A. (2005). *Arquitectura de la información y usabilidad: nociones básicas para los profesionales de la información*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_6_04/aci04604.htm
- Núñez, F. (2005). *Esquema cibernético de la comunicación: del bit a comunicar en bits*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: <http://www.contenidodigital.com/comunicaciondigital>
- Paul, N., Fiebich, C. (2005). *Los cinco elementos de la narrativa digital*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: http://200.41.9.40/ente_secc/ente_inte/noticias/ARTICULO-WEB-1001940-2051645.html
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en diciembre 09, 2006, de: <http://www.rae.es>
- Revista Enter y periódico El Tiempo. (2005). *Hipermedia e interactividad: Teoría y práctica en los periódicos digitales colombianos*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: <http://www.sergiollano.com/tour>
- Rodríguez, J. (2002). *El relato digital: ¿un nuevo género?*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: http://www.javeriana.edu.co/relato_digital/

Salaverría, R. (2004, noviembre). *Los cibermedios ante las catástrofes: del IIA al IIM*. Artículo presentado en el XIX Congreso Internacional de Comunicación, Universidad de Navarra, Pamplona, España. Recuperado en diciembre 15, 2006, de: http://www.unav.es/dpp/tecnologia/docs/salaverria_cicom2004.pdf

Vega, M. (2000). *Literatura hipertextual y teoría literaria*. Recuperado en noviembre 21, 2006, de: http://www.webpersonal.net/lit_hipertextual/TLLH/Introducci%F3n/introducci%F3n.htm

Trabajos de grado:

Lamarca, M. (2006). *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

López, R. (2003). *Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes*. Tesis doctoral, Universidad de Murcia, Alicante, España.

Pérez, S. (2003). *El Concepto de hipertexto en el periodismo digital: análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles*. Memoria para optar al grado de Doctor, no publicado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Versión impresa de la noticia 1 de <i>El Nacional</i>	pág.134
ANEXO B: Versión impresa de la noticia 2 de <i>El Nacional</i>	pág.135
ANEXO C: Versión digital de la noticia 1 de <i>El Nacional</i>	pág.136
ANEXO D: Versión digital de la noticia 2 de <i>El Nacional</i>	pág.138
ANEXO E: Versión impresa de la noticia 1 de <i>El Universal</i>	pág.139
ANEXO F: Versión impresa de la noticia 2 de <i>El Universal</i>	pág.140
ANEXO G: Versión digital de la noticia 1 de <i>El Universal</i>	pág.141
ANEXO H: Versión digital de la noticia 2 de <i>El Universal</i>	pág.142
ANEXO I: Títulos de los avances informativos de <i>El Nacional</i> (04/02/07)	pág.143
ANEXO J: Títulos de los avances informativos de <i>El Universal</i> (04/02/07)	pág.146
ANEXO K: Ejemplo de un titular donde no aplica el esquema sujeto-verbo- complemento ni el tiempo presente. <i>El Nacional</i> (02/03/07)	pág.148
ANEXO L: Ejemplo de <i>teaser</i> . <i>El Nacional</i> (02/03/07)	pág.149
ANEXO M: Ejemplo de lead incompleto y cuerpo inferior a 25 líneas. <i>El Nacional</i> (20/03/07)	pág.150
ANEXO N: Tipos de enlace en un avance informativo. <i>El Nacional</i> (05/03/07)...	pág.151
ANEXO O: Ejemplo de enlaces en portada. <i>El Nacional</i>	pág.154
ANEXO P: Teaser con enlace a elemento multimedia. <i>El Nacional</i> (26/03/07) ...	pág.156
ANEXO Q: Ejemplo de firma en un avance informativo. <i>El Nacional</i> (31/03/07)	pág.157
ANEXO R: Empleo referencial de la foto en un avance informativo. <i>El Nacional</i> (31/03/07)	pág.158
ANEXO S: Lista de especiales, encuestas, foros y blogs de <i>El Nacional</i>	pág.159
ANEXO T: Ejemplo de un titular donde no aplica el esquema sujeto-verbo- complemento ni el tiempo presente. <i>El Universal</i> (02/03/07)	pág.167
ANEXO U: Ejemplo de <i>teaser</i> . <i>El Universal</i> (01/03/07)	pág.168
ANEXO V: Ejemplo de lead incompleto y cuerpo inferior a 25 líneas. <i>El Universal</i> (1/03/07)	pág.169
ANEXO W: Ejemplo de un avance con enlaces internos. <i>El Universal</i> (30/03/07)	pág.170

ANEXO X: Tipos de enlace en un avance informativo. <i>El Universal</i> (30/03/07)..	pág.172
ANEXO Y: Enlaces a noticias anteriores. <i>El Universal</i> (21/03/07)	pág.174
ANEXO Z: Empleo referencial de la foto en un avance informativo. <i>El Universal</i> (2/03/07)	pág.176
ANEXO A': Lista de especiales y blogs de <i>El Universal</i>	pág.178
ANEXO B': Resultados de las tablas aplicadas a <i>El Nacional</i>	pág.187
ANEXO C': Resultados de las tablas aplicadas a <i>El Universal</i>	pág.194
ANEXO D': Ejemplo de noticia que incorpora audio o vídeo. <i>El Universal</i> (FECHA)	pág.201

ANEXOS

Anexo A: Versión impresa de la noticia 1 de *El Nacional*

Dirigentes sociales del chavismo plantean eliminar las alcaldías

En un breve recorrido por la parroquia Sucre, donde viven aproximadamente 1.200.000 personas y coexisten más de 200 barrios, los grupos organizados del chavismo — la mayoría con una experiencia anterior a la asunción de Hugo Chávez al poder— derivaron en los primigenios círculos bolivarianos. Ahora, junto con los vecinos, se reúnen en asambleas para crear 1.500 consejos comunales, y deciden los linderos

NARELA ACOSTA RAMÍREZ

Hay varias razones para entender la receptividad que ha tenido en sectores populares la idea de los consejos comunales como fórmula de gobierno. Dirigentes de base advierten que no sólo han perdido la fe en los partidos tradicionales, sino que, como señala Andrés Eloy Anzola, promotor social de Catia, las alcaldías también cumplieron su función y tanto alcaldes chavistas como opositores están cercados por la burocracia, la corrupción y la falta de respuestas.

Lorena Rodríguez, otra promotora del sector, cuenta que de tanto utilizar el dinero que le ofrecía su esposo para gastos del hogar en gastos de movilización para su labor social en la parroquia Sucre, tuvo que dividir su tiempo con la economía informal. Al detectar los problemas de ese grupo impulsó la coordinación de bulboseros en el antiguo mercado de La Hoyada; luego



Las bases perciben las tensiones entre los diferentes grupos del chavismo al momento de conformar los consejos comunales

Andrés
Eloy Anzola

Las asociaciones de vecinos fueron haciendo ámbitos territoriales, y en muchos casos fueron muy amplios, pues abarcan entre 2.000 o 4.000 familias. Dependiendo de la realidad de cada zona, esos ámbitos territoriales se dividieron y nacieron las poligonales. Un equipo promotor provisional hace un censo y establece la nueva poligonal para los consejos comunales. Después que el equipo hace el trabajo, llama a una segunda asamblea, a la que sí debe asistir 10% de los habitantes, y se elige una comisión electoral y promotora, y luego se elige al consejo comunal. El proceso dura cuatro meses. En la parroquia Sucre se calcula la creación de 1.500 consejos, y sólo se han conformado 29 según datos del Mipnades, la Alcaldía de Libertador y Fundacomún; aunque el jefe civil dice que hay 150*.

por decreto del alcalde Barreto, cuenta Anzola, y ya hizo un diagnóstico de las necesidades de las 32 parroquias que integran el distrito, y le asignaron recursos. Los consejos comunales, después de formados, también tienen la misión de identificar las necesidades de su zona y luego le entregarán recursos para atenderlas.

Nereida Caguana, quien se define promotora del barrio El Amparo, agrega que los presupuestos participativos que hizo

Fotos JESÚS CASTILLO

La comunidad y su ámbito

Anexo B: Versión impresa de la noticia 2 de *El Nacional*

La Hormiga Atómica jugará "mientras el cuerpo aguante"

Luis Polonia tiene 43 años de edad, un hijo que ya juega en las ligas menores de Cleveland y un sitial entre los cinco mejores bateadores de República Dominicana, pero no piensa en el retiro y anuncia cinco años más de acción

IGNACIO SERRANO
CAROLINA

Luis Polonia se ríe ante la mención de Julio Franco, el también dominicano de los Mets, que parece encaminado a jugar en las grandes ligas hasta los 50 años de edad. A Polonia todavía le faltan calendarios para emular al ex campeón bate de la Liga Americana, pero al igual que su compatriota, no piensa en el retiro.

La "Hormiga Atómica", apodo que se ganó gracias a su tamaño y todo lo que es capaz de enseñar en el terreno, cree ser capaz de mantenerse en acción durante mucho tiempo más.

El pequeño jardinero de un metro 70 centímetros de estatura asiste a la Serie del Caribe con el equipo amarillo y negro de Quisqueya, las Águilas Cibaeñas, la novena con la que hizo historia algunas semanas atrás, al convertirse en el quinto toletero con 800 hits en su país.

Polonia es incombustible. No llegó al clásico regional como un jugador de banca, a pesar de ni siquiera tener equipo en el beisbol organizado. Lo hizo nada menos que como segundo bate de los dominicanos.

El santiaguino, sin embargo, tuvo que prepararse a conciencia para estar en el lineup, pues una lesión le afectó durante la final contra los Tigres del Lince y por poco le hace perder el viaje.

"Me siento mejor y muy contento de saber que voy a tener la oportu-



Foto HENRY DELGADO

Luis Polonia ha tomado parte en 14 ediciones de la Serie del Caribe

carrera. Ese logro le puso junto a los recordados Miguel Dilóné (877), Jesús Alou (865), Rafael Batista (822) y Manuel Mota (800), quienes escribieron lustrosos capítulos en la historia del beisbol de su país.

El ex grandeliga también ha redactado varias páginas, aunque se encoge de hombros al respecto.

"Mi meta no son esos logros", aseguró. "Me siento en capacidad para seguir jugando y todos los años sigo poniendo los números. Eso me ha demostrado que todavía no estoy para retirarme. Los records han caído, porque tengo una vida entera en esto. Mientras

torneo caribeño. Tiene 14 incur-siones en la justa.

"Es muy especial para mí, porque se trata de República Dominicana", respondió acerca de su constante presencia en la delegación merenguera. "Se trata de engrandecer tu patria. Esto tiene un significado especial para todos nosotros, porque siempre hemos querido poner nuestro país en alto".

Vacaciones de verano

Polonia cumplió 43 años de edad el 10 de diciembre y lo celebró con su hit 800. En total ligó para 282 en 78 turnos con los rapaces, pero no se plantea buscar trabajo en el norte o en Méjico, donde usó

en el invierno. No descarto nada, pero el verano ya significa para mí República Dominicana, y todos mis planes personales".

Ya tiene un hijo de 22 años de edad en las ligas menores de los Indios. A diferencia de él, no es outfielder, sino camarero, y aunque le conocen por el mismo nombre del padre, no se llama Luis Andrew, sino Andrew Luis. Todavía no ha mostrado el talento de su progenitor para robar almohadillas, pero apenas da sus primeros pasos en la pelota organizada y ya muestra cierta tendencia a estar embasado. Por ahí se comienza.

A este paso, padre e hijo se verán las caras algún día en el

Anexo C: Versión digital de la noticia 1 de *El Nacional*

http://impresodigital.el-nacional.com - El Nacional - Microsoft Internet Explorer

EL NACIONAL | Notas Programadas | Mis Favoritos | Mi Hemeroteca | Ayuda | **Contáctanos** | **Salir**

Páginas | Índices | Búsquedas | Mi Diario

Política | A4 | Doble Página

Artículos | Recibe los titulares en tu e-mail

EL NACIONAL - DOMINGO 04 DE FEBRERO DE 2007 A/4

Política

Dirigentes sociales del chavismo plantean eliminar las alcaldías

En un breve recorrido por la parroquia Sucre, donde viven aproximadamente 1.200.000 personas y coexisten más de 200 barrios, los grupos organizados del chavismo -la mayoría con una experiencia anterior a la asunción de Hugo Chávez al poder- derivaron en los primigenios círculos bolivarianos. Ahora, junto con los vecinos, se reúnen en asambleas para crear 1.500 consejos comunales, y deciden los linderos

NARELA ACOSTA RAMÍREZ

Ampliar Imagen

Hay varias razones para entender la receptividad que ha tenido en sectores populares la idea de los consejos comunales como fórmula de gobierno. Dirigentes de base advierten que no sólo han perdido la fe en los partidos tradicionales, sino que, como señala Andrés Eloy Anzola, promotor social de Catia, las alcaldías también cumplieron su función y tanto alcaldes chavistas como opositores están cercados por la burocracia, la corrupción y la falta de respuestas.

Lorenza Rodríguez, otra promotora del sector, cuenta que de tanto utilizar el dinero que le ofrecía su esposo para gastos del hogar en gastos de movilización para su labor social en la parroquia Sucre, tuvo que dividir su tiempo con la economía informal. Al detectar los problemas de ese grupo impulsó la

CRÉDITO COMUNAL SIN NORMAS

En un breve recorrido por la parroquia Sucre, donde viven aproximadamente 1.200.000 personas y coexisten más de 200 barrios, los grupos organizados del chavismo -la mayoría con una experiencia anterior a la asunción de Hugo Chávez al poder- derivaron en los primigenios círculos bolivarianos. Ahora, junto con los vecinos, se reúnen en asambleas para crear 1.500 consejos comunales, y deciden los linderos

Dirigentes sociales del chavismo plantean eliminar las alcaldías

En un breve recorrido por la parroquia Sucre, donde viven aproximadamente 1.200.000 personas y coexisten más de 200 barrios, los grupos organizados del chavismo -la mayoría con una experiencia anterior a la asunción de Hugo Chávez al poder- derivaron en los primigenios círculos bolivarianos. Ahora, junto con los vecinos, se reúnen en asambleas para crear 1.500 consejos comunales, y deciden los linderos

La comunidad y su ámbito

Hay varias razones para entender la receptividad que ha tenido en sectores populares la idea de los consejos comunales como fórmula de gobierno. Dirigentes de base advierten que no sólo han perdido la fe en los partidos tradicionales, sino que, como señala Andrés Eloy Anzola, promotor social de Catia, las alcaldías también cumplieron su función y tanto alcaldes chavistas como opositores están cercados por la burocracia, la corrupción y la falta de respuestas.

Lorenza Rodríguez, otra promotora del sector, cuenta que de tanto utilizar el dinero que le ofrecía su esposo para gastos del hogar en gastos de movilización para su labor social en la parroquia Sucre, tuvo que dividir su tiempo con la economía informal. Al detectar los problemas de ese grupo impulsó la

Las bases perciben las tensiones entre los diferentes grupos del chavismo al momento de conformar los consejos comunales

Inicio | El Nacional.com - ... | Servicios al Suscrip... | http://impresodigit... | Windows Live Mess... | \$#0016AETabi0 -... | ES | 10:20

http://impresodigital.el-nacional.com/ediciones/guardar/guardar.asp?dia=04&mes=02&anio=2007&arc - Microsoft Internet Explorer

Para ayudar a proteger su seguridad, Internet Explorer no permitió que este sitio descargara archivos en su equipo. Haga clic aquí para ver opciones...

El Nacional - Domingo 04 de Febrero de 2007 A/4

Política

Dirigentes sociales del chavismo plantean eliminar las alcaldías

En un breve recorrido por la parroquia Sucre, donde viven aproximadamente 1.200.000 personas y coexisten más de 200 barrios, los grupos organizados del chavismo -la mayoría con una experiencia anterior a la asunción de Hugo Chávez al poder- derivaron en los primigenios círculos bolivarianos. Ahora, junto con los vecinos, se reúnen en asambleas para crear 1.500 consejos comunales, y deciden los linderos

NARELA ACOSTA RAMÍREZ

Hay varias razones para entender la receptividad que ha tenido en sectores populares la idea de los consejos comunales como fórmula de gobierno. Dirigentes de base advierten que no sólo han perdido la fe en los partidos tradicionales, sino que, como señala Andrés Eloy Anzola, promotor social de Catia, las alcaldías también cumplieron su función y tanto alcaldes chavistas como opositores están cercados por la burocracia, la corrupción y la falta de respuestas.

Lorena Rodríguez, otra promotora del sector, cuenta que de tanto utilizar el dinero que le ofrecía su esposo para gastos del hogar en gastos de movilización para su labor social en la parroquia Sucre, tuvo que dividir su tiempo con la economía informal. Al detectar los problemas de ese grupo impulsó la coordinación de buhoneros en el antiguo mercado de La Hoyada; luego formó parte de la Unión Popular Bolivariana de Catia junto a Anzola, integró los círculos bolivarianos y los equipos locales de investigación, última estructura diseñada por los dirigentes sociales del lugar.

Hoy, asegura que es promotora de los consejos comunales, al igual que otros seis compañeros de causa entrevistados, porque ve que esta forma de gobierno local acabará con el "presidencialismo comunitario".

Estos dirigentes sociales creen que los consejos comunales tendrán una estructura horizontal y vendrán a suplir de manera efectiva a las asociaciones de vecinos.

El tríptico de la Comisión Presidencial del Poder Popular los invita a creerlo: "¡El poder se construye desde abajo!" es la primera frase destacada. Luego señala que cada sector social (comités de agua, salud, y otras organizaciones) tendrá voceros en ese consejo, electos por la Asamblea de Ciudadanos, sin

Listo Zona desconocida

Inicio El Nacional.co... Servicios al S... http://impres... http://impres... 2 Messenger Documento1 -... ES 10:21

Anexo D: Versión digital de la noticia 2 de *El Nacional*

http://impresodigital.el-nacional.com/ediciones/guardar/guardar.asp?dia=04&mes=02&anio=2007&arc - Microsoft Internet Explorer

Para ayudar a proteger su seguridad, Internet Explorer no permitió que este sitio descargara archivos en su equipo. Haga clic aquí para ver opciones...

El Nacional - Domingo 04 de Febrero de 2007 B/4

Deportes

La Hormiga Atómica jugará "mientras el cuerpo aguante"

Luis Polonia tiene 43 años de edad, un hijo que ya juega en las ligas menores de Cleveland y un sitial entre los cinco mejores bateadores de República Dominicana, pero no piensa en el retiro y anuncia cinco años más de acción

*IGNACIO SERRANO
CAROLINA*

Luis Polonia se ríe ante la mención de Julio Franco, el también dominicano de los Mets, que parece encaminado a jugar en las grandes ligas hasta los 50 años de edad. A Polonia todavía le faltan calendarios para emular al ex campeón bate de la Liga Americana, pero al igual que su compatriota, no piensa en el retiro.

La "Hormiga Atómica", apodo que se ganó gracias a su tamaño y todo lo que es capaz de enseñar en el terreno, cree ser capaz de mantenerse en acción durante mucho tiempo más.

El pequeño jardinero de un metro 70 centímetros de estatura asiste a la Serie del Caribe con el equipo amarillo y negro de Quisqueya, las Águilas Cibaenias, la novena con la que hizo historia algunas semanas atrás, al convertirse en el quinto toletero con 800 hits en su país.

Polonia es incombustible. No llegó al clásico regional como un jugador de banca, a pesar de ni siquiera tener equipo en el beisbol organizado. Lo hizo nada menos que como segundo bate de los dominicanos.

El santiaguino, sin embargo, tuvo que prepararse a conciencia para estar en el lineup, pues una lesión le afectó durante la final contra los Tigres del Licey y por poco le hace perder el viaje.

"Me siento mejor y muy contento de saber que voy a tener la oportunidad de jugar", señaló. "Me he recuperado bastante y estamos todos bien preparados, muy mentalizados en el clubhouse".

Listo Zona desconocida

Inicio 6 Explorador de Wi... \$#0016AETati0 - C... Documento1 - Micros... ES 10:43

Anexo E: Versión impresa de la noticia 1 de *El Universal*

3-4

QUÉ HAY

DOL

Emilio Estévez deja la oscuridad con "Bobby"

IAN SWELLING
 PARA DEN VERBES EN EL UNIVERSAL.
 Estévez es un hombre muy creativo", asegura Emilio Estévez. "Es un negocio imparable. Es un negocio muy de '¿Qué has hecho por mí recientemente?'. Como el paso del tiempo las oportunidades para mí simplemente se han agotado".

La cinta narra el asesinato de Robert Kennedy en el hotel Ambassador

Hubo una vez un tiempo en que Estévez, hijo mayor de Martin Stone, era una verdadera estrella, miembro del célebre grupo de Hollywood al que la prensa llamaba "Beat Pack", entre cuyos miembros encontramos *The outsiders* (1983), *The breakfast club* (1985), *St. Elmo's fire* (1985), *Young guns* (1988) y *The mighty ducks* (1992).

Pero después las cosas empezaron a ponerse abajo. Fracasó una demasiada películas: *Freejack* (1992), *Another stakeout* (1993), *D2: The mighty ducks* (1996) y *The war at home* (1996) que él también dirigió. Y después Estévez pareció desaparecer. "Creo que cuando los mismos en la vida es el resultado total de las decisiones que tomamos", afirma. "Yo he tomado algunas decisiones y he tomado otras, y quizá haya hecho demasiadas películas que hechas las mismas en el pasado. Quizá nunca debí haber hecho *The war at home*, pero esa es la vida así que ahí está. Son las decisiones que tomamos".

Y así Estévez se atrincheró, aunque su vida de vida, se mudó a un lugar más pequeño, cobró su pasión de pintura y vendió parte de su colección de arte. Llegó un momento en que firmó la venta de colección, dice Estévez, de cinco decenas. "De lo fue para mantener a los hijos del otro lado de la puerta. Empecé a dirigir en televisión

comenzando *CSI Case* (2004-2006) y *CSI New York* (2005), que fue fantástico, pero pude recuperar más producciones más lentas. Pero los últimos diez años fueron duros. Muy duros".

"Está bien", asegura Estévez saliendo de ese infierno mucho más fortalecido. Esto es lo que se llama vida".

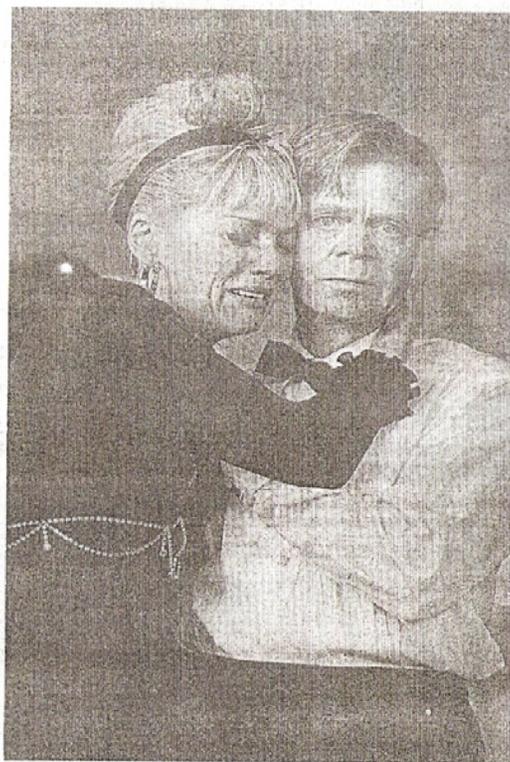
Afortunadamente para Estévez, las cosas están mejorando. Ahora está el rollo desde un hotel de Los Angeles, donde se encuentra para promover la que ha sido llamada su obra de regreso: el de una Bobby, "con un edemco estela, que el mismo escribió, dirigió y en la que también actuó".

La cinta, que tuvo un estreno limitado el 17 de noviembre en Estados Unidos, se estrenó en el hotel Ambassador de Los Angeles el 4 de junio de 1965, y trata la vida de 23 personas antes, durante y después del asesinato del senador Robert F. Kennedy (D-NY), aspirante a la candidatura presidencial.

AMIGOS Y ESTRELLAS

El elenco está formado por William H. Macy como gerente del hotel, y Sharon Stone, como su esposa, la encargada de las decisiones de personal y belleza del hotel, Anthony Hopkins y Mary McCormack interpretando a ex empleados, Heather Graham y Jay Byrum son las operadoras de la centralita telefónica y Lindsay Lohan es una muchacha que se va a casar con un joven (Elijah Wood) a fin de evitar que vaya a Vietnam. *Friday Rodriguez* interpreta a un trabajador de la cocina, Laurence Fishburne interpreta al y Martin Stone y Helen Hunt aparece como una pareja casada hospedada en el hotel. Por su parte, Ashton Kutcher es un visitante de drogas y Nick Cannon y Joshua Jackson son miembros del equipo de campaña de Kennedy.

Estévez también aparece como el frustrado esposo de una cantante en declive, interpretado por Demi Moore.



Sharon Stone y William H. Macy son dos de las grandes figuras que penetraron su talento al film de Estévez.

"Estoy saliendo de ese infierno mucho más fortalecido. Esto es lo que se llama vida".

EMILIO ESTÉVEZ
 Actor y director

Una visión

Empezó a escribir *Bobby* en 2000 y lo terminó en 2001", precisa Estévez. "Después escribí con los atentados de septiembre de 2001 y el mundo se volvió muy diferente. El libro está escrito en términos de lo que se perdió cuando murió Kennedy, pero se volvió cada vez más relevante conforme marchamos hacia Afganistán e Irak. Así que, tristemente, ahora es más relevante de lo que hubiera sido de haberla hecho en 2002, como era mi intención original".

Al escribir su guion, Estévez tomó el modelo de *Titanic* (1997): algunos de los personajes son reales y otros son ficticios, así como los eventos de ese día. En esa fecha histórica, la vida de Kennedy robaba de espacio y optimismo pero, sin que él o el mundo lo aplara, el teléfono se vibraba.

"Esta es una obra de pasión", explica Estévez. "Sabemos lo que viene. Sabemos que al final de todo esto está la crucifixión, así que se trata de llegar ahí y de mantenerlo fresco y original

Anexo F: Versión impresa de la noticia 2 de *El Universal*

1-14

ECONOMÍA

DO

Estiman ajuste de 20% en los precios de las viviendas

MAYELA ARMAS H.
EL UNIVERSAL

Aquellas familias que en los próximos meses intenten adquirir una vivienda tendrán que disponer de más recursos, debido a que el valor de las soluciones habitacionales se incrementará.

El compartimiento que está registrando el mercado paralelo está empezando a impactar en las viviendas primarias, debido a que algunos insumos que no están incluidos en la regulación, y que son necesarios para la construcción de las viviendas, están saliendo de precios, mientras que los propietarios de viviendas secundarias están nuevamente usando ese mercado como referencia para la fijación de los valores de las soluciones.

Las preventas de los desarrollos están detenidas por la incertidumbre

Según estimaciones de la Cámara Inmobiliaria de Venezuela (CIV), en el primer semestre los precios de las viviendas tendrán un ajuste de 20%.

El presidente de la organización, Luis Emilio Vargas, señala que el mercado tarda en reaccionar a los incrementos, su recuperación suele ser lenta, pero ante la confianza que existe se estima un aumento en el corto plazo. "En estos momentos no se sabe con exactitud los precios que pueden llegar a tener los materiales, y ello hace prever que los costos en los próximos meses serán mayores".

Agrega que la incertidumbre también está afectando a los proyectos en general, porque los constructores y promotores tienen dudas en realizar nuevos desarrollos en este período.

Mercado primario

A mediados del pasado año el mercado primario (viviendas nuevas) comenzó a reactivarse en las principales ciudades del país, con lo cual se inició la compra de terrenos de proyectos de soluciones. En cual todavía se seguía registrando a principios de enero, dado que la termina-

ción de las viviendas está pausada para este año.

Esos desarrollos tienen varias etapas, pero según lo indicado por los representantes del sector inmobiliario, ya las preventas de las últimas etapas se detuvieron. El presidente de la Cámara señala que "al no saberse con certeza lo que sucederá con los precios y el mercado paralelo, no se quiere pasar un venta a las viviendas, se espera por la fase de equilibrio".

Representantes del sector construcción indican que aunado al ajuste de precios que tienen los materiales que están fuera de la regulación, el control también está impactando.

La producción de los insumos, cuyos precios fueron fijados por el Ejecutivo Nacional en noviembre de 2005, resulta insuficiente para la demanda, de manera que se generan dos situaciones: realizar pedidos con tres meses de anticipación o comprar otros materiales similares, pero a un costo más elevado.

Aquellos constructores que ya colocaron las viviendas en preventa establecieron en los contratos cláusulas para protegerse, con lo cual las cuotas mensuales que tendrán que cancelar las familias están ajustadas a la inflación. En algunos acuerdos se toma como referencia el índice de precios de la construcción que estima el Banco Central de Venezuela.

Mercado secundario

El mercado secundario (viviendas viejas) tampoco escapa a los ajustes. Los propietarios de los inmuebles nuevamente toman como referencia al momento de vender la vivienda el mercado paralelo, tal como se registró en los años 2003 y 2004.

En esos ejercicios los precios de los apartamentos no se incrementaban en la misma proporción que la tasa de ese mercado, pero era el parámetro de referencia. En 2005 y 2006 los precios se ajustaron, por la alta demanda que se generó con la fijación de las tasas sociales.

Fuertes del sector inmobiliario indican que en 2007 todos los factores se sumaron, por lo cual desde el pasado mes de enero el valor de las soluciones habitacionales comenzó a subir.



El mercado paralelo está afectando el costo de los insumos para la construcción de las soluciones. ARCHIVO

FACTORES QUE INCIDEN EN EL SECTOR

poca oferta. Son varios los factores que inciden en los precios de las viviendas, uno de ellos es la escasa oferta de casas. Las soluciones habitacionales disponibles para la venta resultan insuficientes para la demanda.

Tasas sociales. En 2005 se establecieron tasas sociales para la adquisición de viviendas, lo cual potenció la demanda, e hizo que los propietarios elevaran sus cotas por considerar que hay mejores condiciones para comprar.

Mercado paralelo. El compartimiento del mercado paralelo ha perdido credencia en el sector. Los precios de las viviendas no están en la misma proporción que los precios de las unidades, lo que toma como referencia.

Anexo G: Versión digital de la noticia 1 de *El Universal*

eluniversal.com Daily News todo el archivo Búsqueda avanzada

CLASIFICADOS USUARIOS ANUNCIANTES

Caracas, domingo 04 de febrero, 2007

Principal > Qué Hay > Noticias

El Universal daily news in English

Blogs

PDF Primera plana

EL UNIVERSAL

Primera plana

Primera Plana (Versión PDF)

Indice de noticias

Ediciones anteriores

Suscripciones

SECCIONES

Nacional y Política

Economía

Internacional

Opinión

Deportes

Caracas

Espectáculos

Calidad de vida

Universo

Qué Hay

EMILIO ESTÉVEZ DEJA LA OSCURIDAD CON "BOBBY"

La cinta narra el asesinato de Robert Kennedy en el hotel Ambassador

IAN SPELLING

THE NEW YORK TIMES/EL UNIVERSAL

"Este es un negocio muy cruel", asegura Emilio Estévez. "Es un negocio implacable. Es un negocio muy de '¿Qué has hecho por mí recientemente?'. Con el paso del tiempo las oportunidades para mí simplemente se han agotado".

Hubo una vez un tiempo en que Estévez, hijo mayor de Martin Sheen, era una verdadera estrella, miembro del célebre grupo de Hollywood al que la prensa llamaba "Brat Pack," entre cuyos créditos encontramos *The*



Sharon Stone y William H. Macy son dos de las grandes figuras que prestaron su talento al film de Estévez

ARTÍCULOS RELACIONADOS

Anexo H: Versión digital de la noticia 2 de *El Universal*



todo el archivo BUSCAR
 Búsqueda avanzada

CLASIFICADOS
USUARIOS
ANUNCIANTES

Caracas, domingo 04 de febrero, 2007

El Universal
daily news in
English

Blogs

PDF Primera plana

EL UNIVERSAL

Primera plana

Primera Plana
(Versión PDF)

Índice de noticias

Ediciones anteriores

Suscripciones

SECCIONES

Nacional y Política

Economía

Semana en noticias

Internacional

Opinión

Deportes

Caracas

Espectáculos

Calidad de vida

Principal > Economía > Noticias

Economía






PDF Primera plana

EL UNIVERSAL

Primera plana

Primera Plana
(Versión PDF)

Índice de noticias

Ediciones anteriores

Suscripciones

SECCIONES

Nacional y Política

Economía

Semana en noticias

Internacional

Opinión

Deportes

Caracas

Espectáculos

Calidad de vida

ESTIMAN AJUSTE DE 20% EN LOS PRECIOS DE LAS VIVIENDAS

Las preventas de los desarrollos están detenidas por la incertidumbre

MAYELA ARMAS H.
EL UNIVERSAL

Aquellas familias que en los próximos meses intenten adquirir una vivienda tendrán que disponer de más recursos, debido a que el valor de las soluciones habitacionales se incrementará.

El comportamiento que está registrando el mercado paralelo está empezando a impactar en las viviendas primarias, debido a que algunos insumos que no están incluidos en la regulación, y que son necesarios para la construcción de las



El mercado paralelo está afectando el costo de los insumos para la construcción de las soluciones (Archivo)

Anexo I: Títulos de los avances informativos de *El Nacional* (04/02/07)**08:54 pm**Rodrigo Cabezas: Se presentará al país un plan antiinflacionario**08:29 pm**Venezuela y Brasil evaluarán planes de estudio para educación científica**08:02 pm**Real Madrid se reúne de urgencia tras la derrota ante el Levante**07:36 pm**Sismo de 6,1 grados sacude estrecho entre Jamaica y Cuba**07:19 pm**Jugadores de la Vinotinto arribaron a Venezuela para enfrentar a Chile**06:37 pm**Merkel trata de rescatar proceso de paz del Medio Oriente**06:16 pm**Peloteros cubanos se exiliaron en Venezuela por causas familiares**05:58 pm**Incendio en puerto chileno de Valparaíso deja hasta ahora tres muertos**05:28 pm**Conmebol ratifica que estadio Pachenco Romero está apto para Copa América**04:49 pm**Venezuela y EE UU destacaron en jornada de Panamericano de Boxeo**04:27 pm**Declarada máxima alerta ante la histórica ola de calor en Colombia**03:43 pm**Miles de personas manifiestan en Sevilla contra reunión de la OTAN

03:11 pm

José Saramago presentó su nuevo libro "Las pequeñas memorias"

02:41 pm

Nicolás Maduro aseguró vigilancia ante nuevas acciones en caso RCTV

02:27 pm

Presidente Álvaro Uribe visita minas en las que se registró explosión

02:05 pm

Cumbre energética suramericana se realizará en Venezuela en abril

01:45 pm

Comienza transmisión del desfile por el 4F en cadena nacional

01:37 pm

Conferencia de la ONU y Unicef busca salida al reclutamiento de niños

01:03 pm

Ministro Carreño garantiza seguridad alimentaria a los venezolanos

12:41 pm

Provincia boliviana de Santa Cruz declara emergencia por dengue

12:01 pm

Continúa jornada gratuita de salud en club de Prados del Este

11:31 am

Vicepresidente Jorge Rodríguez marcha desde la avenida Sucre

10:59 am

Éxito en la primera corrida de la feria en honor a La Candelaria

10:36 am

Comienza rehabilitación de vía hacia tercer puente sobre el Orinoco

10:28 am

En Río de Janeiro comenzó a prepararse la gala del Carnaval

10:21 am

Pedirán a la AN recursos para comprar terreno en El Morro

10:18 am

Benedicto XVI reitera defensa de la "familia basada en el matrimonio"

10:17 am

Incendio en puerto chileno de Valparaíso deja al menos dos muertos

10:08 am

En 10 días entregarán feria para buhoneros de Sabana Grande

10:00 am

Instituto Municipal del Deporte ofrece actividades en Petare

Anexo J: Títulos de los avances informativos de *El Universal* (04/02/07)

NACIONAL Y POLÍTICA

- (03:12 PM) Chávez: El 4F es hijo del último suspiro de Bolívar
- (02:04 PM) Maduro: EEUU promueve campaña internacional contra Venezuela
- (12:24 PM) Carreño: Rumores de desabastecimiento buscan desestabilizar al país
- (09:45 AM) Chavistas marchan para conmemorar 15 años del golpe del 4F

ECONOMÍA

- (02:14 PM) Cumbre energética suramericana en Venezuela será el 16 y 17 de abril
- (12:14 PM) China considera una "lástima" queja de EEUU ante OMC
- (10:38 AM) Pekín restringe la compra de viviendas a los extranjeros

INTERNACIONAL

- (05:02 PM) Veinte muertos y 340.000 afectados por inundaciones en capital de Indonesia
- (04:59 PM) Detienen en España a 18 miembros de grupo juvenil vasco
- (04:35 PM) Irán acusó a la justicia argentina de "parcial" por atentado a mutual judía
- (04:26 PM) Nueva serie de ataques deja 30 muertos en Bagdad y alrededores
- (02:50 PM) Miles de personas manifiestan en Sevilla contra reunión de la OTAN
- (01:16 PM) Recuperan cadáveres de 19 mineros en Colombia
- (01:02 PM) Se mantiene tensión en población petrolera boliviana
- (12:46 PM) Hamas ataca bases de Fatá
- (12:10 PM) Ecuador cuenta con apoyo de Venezuela en eventual demanda contra Colombia
- (10:35 AM) Al menos 32 muertos por explosión en mina de carbón en Colombia

(09:09 AM) Papa enfatiza postura contra el aborto y la eutanasia

(09:04 AM) Irán reitera negativa a aplicar resolución de la ONU sobre su programa nuclear

DEPORTES

(08:20 PM) Tigres de Aragua vence 13-3 a Naranjeros de Hermosillo

(04:55 PM) Real Madrid vuelve a perder

(02:53 PM) Sevilla no logra liderato tras empatar con la Real Sociedad

(02:17 PM) Manchester golea y mantiene ventaja sobre el Chelsea

(01:20 PM) Alemania conquista el tricampeonato mundial de balonmano

(10:52 AM) Ronaldinho se perderá amistoso Brasil-Portugal por lesión

(09:10 AM) Hingis logra quinto título en torneo de tenis de Tokio

ESPECTÁCULOS

(12:20 PM) Martin Scorsese obtiene el premio del Sindicato de Directores

CALIDAD DE VIDA

(01:06 PM) ONU dice que Europa debe prepararse para más gripe aviaria

(10:27 AM) Gran Bretaña sacrifica pavos para controlar brote gripe aviaria

Anexo K: Ejemplo de un titular donde no aplica el esquema sujeto-verbo-complemento ni el tiempo presente. *El Nacional*
(02/03/07)

Minuto a minuto

Volver a la página de inicio 



Enviar por correo este artículo



Imprimir este artículo

Internacionales

Inaugurada línea aérea Teherán-Caracas vía Damasco

Una nueva línea aérea entre Teherán y Caracas vía Damasco y que está a cargo de la compañía nacional iraní fue inaugurada este viernes, informaron los medios oficiales sirios, que indicaron que, "por el momento", el vuelo tendrá una frecuencia semanal.

A la ceremonia de inauguración de la nueva línea, celebrada en el aeropuerto de Damasco, acudieron el ministro sirio de Transportes, Yarob Badr, y los embajadores de Venezuela e Irán en Damasco, así como las autoridades de Aviación Civil, según informó la agencia nacional siria (SANA).

En la ceremonia, el ministro sirio dijo que esta línea supone "la concreción de los lazos de cooperación entre los tres países amigos y una forma de activar la comunicación de los respectivos pueblos".

Asimismo, el ministro se mostró confiado en que la nueva línea permita profundizar los intercambios económicos y comerciales entre los tres países.

El anuncio de este viaje coincide con un acercamiento político entre el gobierno del presidente iraní, Mahmud Ahmadineyad, y el del venezolano, Hugo Chávez, dos de los más acerbos oponentes de Estados Unidos en el mundo.

EFE

Anexo L: Ejemplo de *teaser*. *El Nacional* (02/03/07)

Nacional

Este sábado sortearán puestos de Gran Feria de Sabana Grande

La Alcaldía de Libertador y siete de las ocho organizaciones que representan a los comerciantes informales de Sabana Grande acordaron llevar a cabo este sábado la reubicación, mediante sorteo, de aproximadamente 1.500 puestos de trabajo en la Gran Feria de Sabana Grande. El alcalde, Freddy Bernal, indicó que dicho sorteo se llevará a cabo con la presencia de un notario público, un defensor del pueblo y testigos, a fin de garantizar la transparencia del proceso de asignación de puestos. A los comerciantes informales se les asignó un código que no permite la falsificación del ticket.

Este *teaser* presenta el tiempo pasado, presente y futuro. Sin embargo el verbo principal (“acordaron”) se encuentra conjugado en pasado. El *teaser* completo consta de 105 palabras, por lo que no llega al límite de 200 palabras, establecido por los autores. Se trata de un *teaser* de título más texto y de *lead* del sumario, ya que responde a la mayor cantidad de interrogantes sobre el hecho noticioso.

Anexo M: Ejemplo de lead incompleto y cuerpo inferior a 25 líneas. *El Nacional* (20/03/07)

Minuto a minuto

[Volver a la página de inicio](#) 

 [Enviar por correo este artículo](#)

 [Imprimir este artículo](#)

Política

Gobernador de Yaracuy y alcalde de Maracaibo abandonan Podemos



El gobernador del estado Yaracuy, Carlos Giménez, y el alcalde de la ciudad de Maracaibo, Gian Carlo Di Martino, anunciaron su separación del partido por la Democracia Social Podemos, en lo que parece una atención al llamado que hiciese el presidente Hugo Chávez el pasado domingo a comprometerse con la conformación del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).

"Hoy (este martes) me declaro como un soldado más para la conformación de este partido y pongo a la disposición de esta organización una vida política de más de 30 años militando y luchando en el campo de la izquierda revolucionaria", afirmó el mandatario regional a la Agencia Bolivariana de Noticias.

Aseguró que su decisión es personal y que no involucra a otros dirigentes regionales. También aseveró que no fue producto del emplazamiento público que hizo el jefe de Estado en el más reciente Aló Presidente, sino que fue una determinación tomada desde el mismo momento en que se inició la discusión sobre el PSUV.

Mientras, el alcalde Di Martino anunció en una nota de prensa divulgada por la AFP su renuncia formal al partido de centro izquierda y sostuvo que "la discusión creativa, comprometida y responsable no puede ser divisionista ni destructiva".

"El fraccionamiento interno entre los que hemos defendido la soberanía venezolana y la revolución bolivariana sólo abre el camino para la intromisión de los intereses imperialistas externos, que tienen dentro del país sus aliados", dijo Di Martino. Ante estas dimisiones, el diputado de Podemos Juan José Molina, recordó también la separación de cinco parlamentarios de ese movimiento político.

Hasta el momento, trascendieron los nombres de Jenny Cedeño, Tomás Sánchez y Dennys Peraza, quienes habrían manifestado su intención de adherirse a la propuesta del PSUV. Molina desestimó esta ola de renuncias y aseguró que aunque respeta esas decisiones voluntarias, el partido sigue unido. Consideró que los miembros de la tolda política deben reunirse para fijar una posición en el caso y discutir la nueva situación de los ex dirigentes. Insistió en que la fuerza política continuará trabajando por la propuesta de unidad, anunciada por el presidente Chávez.

MC-YP-ABN/el-nacional.com

Anexo N: Tipos de enlace en un avance informativo. *El Nacional* (05/03/07)

Minuto a minuto

[Volver a la página de](#)

inicio 



[Enviar por correo este artículo](#)



[Imprimir este artículo](#)

Economía

Petroleras BP y Total firman acuerdo de finiquito con Pdvsa



Rafael Ramírez dijo que desean conservar a las petroleras como socias

La empresa petrolera francesa Total y la inglesa British Petroleum firmaron este lunes un acuerdo de finiquito con la venezolana Pdvsa, en el que se comprometen a formar empresas mixtas en conjunto con el Estado para la explotación del campo de Jusepín, en el estado Monagas. En adelante el Estado venezolano tendrá la mayoría de las acciones en estas nuevas corporaciones que seguirán con la exploración.

De esta manera terminan los convenios que contrajo el país con las dos trasnacionales para la exploración y

explotación del crudo en esta zona. BP poseía 45% de las acciones, mientras que el 55% eran propiedad de Total. Debido a la promulgación de la nueva Ley de Hidrocarburos, se establece que el Estado debe poseer como mínimo el 51% de las acciones de las empresas que explotan el crudo en el país.

En el acto celebrado hoy en el Ministerio de de Energía y Petróleo, el presidente mundial de Total, Christophe De Margerie, dijo que se sienten satisfechos por las negociaciones llevadas a cabo con el gobierno venezolano. Agregó que desean seguir haciendo negocios en el país. “Es cierto que las situaciones cambian, pero seguimos con la voluntad de quedarnos por largo tiempo. Nuestro equipo técnico trabajará hombro a hombro con el de Pdvsa para hacer

las reformas que haya que hacer en esta nueva etapa”.

Por su parte, el ministro de esta cartera, Rafael Ramírez, dijo que Venezuela pagó 250 millones de dólares a las empresas para resarcirlas por los compromisos que se habían adquirido antes. Asimismo, agregó que el Estado tiene “la clara determinación de hacer cumplir los requerimientos que exige la Ley Orgánica de Hidrocarburos, con el menor daño para nuestro pueblo y sin afectar a nuestros socios, de manera que se queden trabajando con nosotros”.

Para hoy está previsto que Exxon Mobile firme un acuerdo con Pdvsa para iniciar los comités técnicos que permitan la transición a las empresas mixtas, con mayoría accionaria venezolana.

SG / El-Nacional.com

Foto Archivo



[Enviar por correo este artículo](#)



[Imprimir este artículo](#)

Más Noticias **Economía**

07:24 pm

[Resaltan demanda "récord" en segunda emisión de los Bonos del Sur](#)

06:03 pm

[Banco Mundial diseña nueva estrategia para asistencia en desastres](#)

05:44 pm

[Aplicarán suspensión de sorteos y clausuras a loterías sin licencias](#)

05:23 pm

[Bolsa de Caracas cierra jornada en 51.789,78 puntos](#)

05:16 pm

[ExxonMobil entregará a Venezuela control de la Faja del Orinoco](#)

03:56 pm

[Ministerio de Trabajo y sindicatos petroleros discuten contratación colectiva](#)

02:52 pm

[BCV estima crecimiento económico alrededor del 8% para este año](#)

01:52 pm

[Bandes constituye fondo humanitario de](#)

\$ 20 millones para Haití

07:20 am

Bolsas de Asia y Europa abren semana con pérdidas

01:00 am

Iglesias: Las nacionalizaciones no tienen por qué generar desconfianza

En el ejemplo se aprecia el enlace a la página de inicio, los enlaces parainformativos correspondientes a “enviar por correo este artículo” e “imprimir este artículo”. Al final del cuerpo de la noticia se encuentra la lista de avances informativos de la misma sección de la noticia; en este caso, de Economía.

Anexo O: Ejemplo de enlaces en portada. *El Nacional*

The screenshot shows the homepage of **EL NACIONAL** on June 1, 2007. The page is divided into several sections:

- Navigation Bar:** Includes links for Registro, Foros, Archivo, Buscador, Clasificados, and Contáctenos.
- Top Banner:** Features logos for SunGlasses, Pilsen, and El Primer Data Center de Venezuela.
- Main News Section:**
 - tu_propio ascenso:** A sidebar section with a 'SOMETHING SPECIAL' advertisement.
 - Política:** Headline: "En suspenso realización de la marcha estudiantil hacia la Asamblea". Subtext: "Los estudiantes no fueron atendidos por el viceministro de Seguridad Ciudadana y no se pudieron tramitar los permisos para realizar la concentración. **Ver:** Galería de Protestas".
 - Minuto a minuto:** A live news section with updates:
 - 09:27 am: Venezuela aprobó crédito adicional para culminar obras de Copa América.
 - 06:00 am: Próximamente comenzaremos con nuestra actualización de noticias.
 - Image:** A large photo of a crowd at a protest. Caption: "Tenían planteado salir desde la Redoma La India/ Fotos Henry Delgado".
- Advertisements:**
 - Banesco:** "Sume sus Tarjetas y Obtenga un ExtraCrédito en Efectivo".
 - Santa Venezuela:** "Abre los ojos".
 - Contest:** "PARTICIPA para ganar un LCD HDTV de 32" y 42" with a "click aqui" button.
 - Other:** "EXTERIOR Deslízalas...", "Nueva Botella", and "INTERVALORES" (repeated twice).
- Footer:** "MUNDO.com" logo.

En esta página principal o home se aprecia la lista de avances informativos “minuto a minuto” del lado derecho y el menú informativo general del lado izquierdo. En la parte superior de la página se encuentra una barra verde, en donde una de las opciones es la de “buscador”. El ejemplo se aprecia el enlace a la página de inicio, los enlaces parainformativos correspondientes a “enviar por correo este artículo” e “imprimir este artículo”. Al final del cuerpo de la noticia se encuentra la lista de avances informativos de la misma sección de la noticia; en este caso, de Economía.

Anexo P: Teaser con enlace a elemento multimedia. *El Nacional* (26/03/07)

Economía

Fedecámaras dice que intervenciones de tierras afectan al sector

El presidente de la cúpula empresarial, José Luis Betancourt, reiteró que el sector privado requiere un marco jurídico confiable. Indicó que la producción interna es "deficiente". **Lea:** [Estados Unidos no opina sobre intervenciones](#)

En esta noticia el teaser finaliza con un vínculo a una noticia complementaria o relacionada con la que se desarrolla en ese momento. Lo mismo ocurrió con los enlaces a foros, encuestas, especiales y elementos multimedia.

Anexo Q: Ejemplo de firma en un avance informativo. *El Nacional* (31/03/07)

Minuto a minuto

[Volver a la página de inicio](#)

 [Enviar por correo este artículo](#)

 [Imprimir este artículo](#)

Política

Presidenta del TSJ: Las sentencias no son objeto de revisión ni calificación



"Estamos muy claros en cuál es nuestra responsabilidad como jueces", dijo

La presidenta del Tribunal Supremo de Justicia, Luisa Estela de Morales, indicó que las sentencias son dictámenes y debe dárseles cumplimiento. "Las sentencias no son objeto de revisión ni calificación", sostuvo, al referirse la polémica generada por la reforma del artículo 31 de la Ley del Impuesto sobre La Renta.

Morales indicó que los magistrados que laboran en el máximo tribunal actúan con "rectitud y claridad" en el ejercicio de sus funciones. "Por el Tribunal Supremo nunca verán a ningún magistrado que ocasione

ningún tipo de conflicto que pueda pesar a este país para mal", señaló.

La magistrada del TSJ advirtió que los integrantes de la máxima instancia judicial conocen sus responsabilidades. "Estamos muy claros de cuál es nuestra responsabilidad como jueces y sobre todo frente al pueblo de Venezuela", dijo.

IDM/el-nacional.com

En esta noticia la firma del redactor se muestra sólo con sus iniciales y no se indica su correo electrónico.

Anexo R: Empleo referencial de la foto en un avance informativo. *El Nacional* (31/03/07)

Minuto a minuto

[Volver a la página de inicio](#) 

 [Enviar por correo este artículo](#)

 [Imprimir este artículo](#)

Política

Este domingo no habrá "Aló Presidente"



El presidente Hugo Chávez suspendió la realización de su programa Aló Presidente de este domingo 1 de abril, con el objeto de darle mayor difusión al Plan de Seguridad Ciudadana que adelanta su Gobierno, a través del Ministerio de Relaciones Interiores y Justicia, en el asueto de la Semana Mayor.

En una nota de prensa publicada en su página Web, el Ministerio para la Comunicación e Información destacó que la idea es concentrar todos los esfuerzos comunicacionales en los operativos de seguridad que se adelantan en diversos estados del país.

El domingo de resurrección tampoco se transmitirá el programa, que reaparecerá en su versión dominical el próximo 15 de abril de 2007.

El Plan de Seguridad Ciudadana se inició este jueves 29 de marzo. Los ministerios de Relaciones Interiores y Justicia, Turismo, Salud e Infraestructura trabajan conjuntamente para garantizar la eficiencia de los programas adelantados.

Durante este fin de semana, se instalarán los puntos de control policiales en diversos puntos de la geografía nacional.

YP/EI-nacional.com

Foto archivo

En este avance informativo la foto se emplea como una mera referencia o acompañamiento de la noticia que habla sobre el presidente Chávez. En este sentido no aporta nada novedoso a la información.

Anexo S: Lista de especiales, encuestas, foros y blogs de *El Nacional*

28 Feb, 1:36 PM

Foros		Conversaciones	Mensajes	Último mensaje
Defensoría del Lector				
	<u>¿Lee usted la columna de la Defensoría del Lector?</u>	-	-	No hay mensajes
Sociedad				
	<u>Propiedad Privada</u> ¿Cree que la propiedad privada está amenazada en Venezuela?	106	415	20/02/2007 07:02 PM por adangov 
	<u>¿Qué debemos hacer los venezolanos para atacar la inseguridad?</u>	15	39	05/02/2007 09:32 PM por cyberpituc 
Venezolanos en el exterior				
	<u>¿Qué sitio en su país de residencia recomienda a otros venezolanos?</u>	66	209	20/02/2007 04:12 PM por adangov 
Política				
	<u>Expresé con nosotros su opinión sobre la extradición del anticastrista Luis Posada Carriles.</u>	83	242	22/02/2007 10:29 AM por purapaja 
	<u>Opine sobre los juicios que se le siguen a varios actores políticos en Venezuela</u>	4	10	20/02/2007 04:27 PM por adangov 
	<u>Denos su opinión sobre los comicios presidenciales</u>	14	26	20/02/2007 04:14 PM por adangov 
	<u>¿Estaría usted de acuerdo con la aplicación de la pena de muerte en Venezuela?</u> Opine si considera necesaria la modificación de la Constitución para avalar este mecanismo judicial.	11	36	21/02/2007 09:25 AM por Olegario Méndez 
	<u>¿Y el caso Anderson?</u> Expresé su opinión sobre el proceso de investigación que hasta ahora se ha venido realizando sobre el caso.	109	441	20/02/2007 07:24 PM por adangov 
Actualidad internacional				

	<u>Opine sobre la situación en Cuba ante el paso de mando del presidente Fidel Castro a su hermano Raúl</u>	5	37	22/02/2007 09:56 AM por Olegario Méndez
Los foros de nuestros usuarios				
	<u>¿El Socialismo? Cuéntenos cuánto conoce usted sobre este tema</u>	42	131	08/12/2006 09:04 PM por ROLS
Canal de Entretenimiento				
	<u>¿Cuáles son sus expectativas ante el próximo estreno de la película Spiderman 3?</u>	-	-	No hay mensajes
Tecnología				
	<u>¿Qué servicio es más necesario en un teléfono móvil: fotos, video o audio mp3?</u>	1	2	15/01/2007 04:12 AM por Ricardo Quintero
	<u>¿Cree usted necesaria la utilización de plataformas de Internet inalámbricas?</u> Opine si considera indispensable emplear éste mecanismo en las principales ciudades de Latinoamérica y por qué.	1	3	12/12/2006 09:00 AM por gle3011
Ciencia y Bienestar				
	<u>¿Qué le preguntaría al chef Sumito Estévez?</u> En esta ocasión ofrecemos a nuestros lectores la oportunidad de preguntarle al chef, Sumito Estévez, los secretos del arte culinario. El momento será propicio para aclarar dudas, manifestar inquietudes y debatir sobre la combinación correcta de los alimentos, para así tener una mejor calidad de vida.	20	44	23/02/2007 06:28 PM por adangov
	<u>Consulta ginecológica</u> Recomendada al menos una vez al año, la consulta ginecológica es evadida muchas veces por las mujeres. En esta oportunidad les ofrecemos respuestas a sus dudas, de la mano de la especialista en Ginecología general, y de niñas y adolescentes, Dolores Monsalve Flores. Puede enviar sus preguntas.	22	60	12/02/2007 08:50 AM por Admin
	<u>¿Tiene dudas sobre la gripe aviar? ¿Conoce cuál es el riesgo de una pandemia de gripe?</u> El virus aviar ha sido causante de millones de muertes de aves y más de 60 personas personas, en el mundo. Envíe sus preguntas, dudas o inquietudes sobre este virus y reciba la respuesta de un especialista en el área de Infectología.	2	2	11/01/2006 04:55 PM por siclaro_comono3
	<u>El Cáncer de Mamas</u> Los doctores, Sara Ott y Juan Carlos Pozo respondieron a las dudas, inquietudes y preguntas de los usuarios sobre el Cáncer de Mamas. Consulte las respuestas y siga participando.	26	57	03/10/2006 07:50 PM por Admin
	<u>La vida con VIH/SIDA</u> María Belén vive con VIH, no oculta su rostro, es una mujer alegre, toma diariamente sus medicamentos y está dispuesta a responder sus preguntas, dudas o inquietudes.	2	12	24/11/2006 01:16 PM por Admin
	<u>Vivir en la Zona, con Julio Bevione</u> El periodista y life coach, Julio Bevione, estará de visita en el país y conversará sobre las nuevas técnicas para el descubrimiento espiritual y lograr una mejor calidad de vida.	1	1	31/10/2006 04:26 PM por Admin

	Respuestas sobre sexología Foro con el Dr. Rubén Hernández, presidente de la Federación Latinoamericana de Sociedades de Sexología y Educación Sexual	55	104	27/02/2007 12:03 PM por adangov
---	---	----	-----	--

-Especial sobre el Oscar 2007

<http://www.el-nacional.com/oscar2007/index.html>

-Canal de Ciencia y Bienestar:

<http://www.el-nacional.com/canales/ciencia/>

Especiales internos:

- Sistema sin Plutón: <http://www.el-nacional.com/especiales/Especiales.asp?IdEspecial=37&IdNota=172>
- Alerta por gripe aviar: <http://www.el-nacional.com/especiales/Especiales.asp?IdEspecial=8>
- El SIDA no es un juego: <http://www.el-nacional.com/especiales/sida2005/>
- Fotogalerías: <http://www.el-nacional.com/canales/ciencia/galerias.asp>

Temas de las fotogalerías: Humedales, Steve Irwin, Tepuy, concurso fotográfico sobre discapacidad, Maniapure: tecnología a favor de la práctica médica, autoexamen de las mamas, concurso de pequeños aviones en la USB-2006, yoga.

-Canal de Universidades: http://www.el-nacional.com/universidades/Universidades.asp?ID_UNIVERSIDAD=5

Especiales internos:

- Universidades
- Colegios universitarios
- Institutos universitarios

-Canal de Deportes: <http://www.el-nacional.com/canales/deportes/>

-Canal de Turismo: <http://www.el-nacional.com/canales/turismo/>

Especiales internos:

- Diez cosas qué hacer en Los Roques: <http://www.el-nacional.com/canales/turismo/Reportaje.asp?ID=89>

-Canal Venezolanos en el Exterior:

<http://www.el-nacional.com/canales/externo/>

Especiales internos:

Estados Unidos, España, Canadá, Reino Unido, México, Alemania, Colombia, Francia, Italia, Holanda y Portugal.

-Canal de Motores:

<http://www.el-nacional.com/canales/motores/>

Especiales internos:

El Blog de Motor Awards: <http://blog.motorawards.com/>

-Canal de Entretenimiento:

<http://www.el-nacional.com/canales/entretenimiento/>

Especiales internos:

Arte, cine, gastronomía, de noche, televisión, música.

-Canal de Tecnología e Internet:

<http://www.el-nacional.com/canales/Tecnologia/>

-Blogs

Política. Javier Pereira: <http://www.el-nacional.com/blogs/Rumbo/>

Deportes. Humberto Acosta: <http://www.el-nacional.com/blogs/deportes/>

-Otros especiales: <http://www.el-nacional.com/especiales/>

Interés por emigrar: <http://www.el-nacional.com/especiales/Especiales.asp?IdEspecial=40>

Copa América 2007: Canal Deportes

Miradas a la habitante: <http://www.el-nacional.com/especiales/Especiales.asp?IdEspecial=39&IdNota=192>

OPEP en Caracas

Foro Social Mundial

El grito del Carnaval

Semana Santa 2006

Corrupción en la V

Sobrevivientes en el llano
Un nuevo cardenal para Venezuela
Reservas en mudanzas
Salud ¿centralizada?
Elecciones parlamentarias 2005
Fin del viaducto 1
Para prevenir la diabetes
Viaducto: un mes de colapso
Invasiones capitalinas 2002-2004
El asesinato de Danilo
No pierda la cabeza en la carretera
Anteproyecto de ley de Protección de Datos
Habemus Papam
En alerta por las lluvias
Crisis política en Ecuador
1920-2005: Juan Pablo II
Don Quijote
Venezolanos Longevos
60 años de la liberación de Auschwitz
Gabriel García Márquez: Memoria de mis putas tristes
Venezuela-Colombia: Crisis diplomática
40 años de Zapatazos
Aula Vinotinto
Desastre en Asia
Intervención de Tierras
Secuelas del decreto Carmona
Vargas: 5 años después de la tragedia
Ley de Contenidos bajo la lupa
Regionales 2004
SIDA: mujeres en riesgo

Arafat: 1929-2004
Elecciones USA
50 aniversario fallecimiento de Reverón. El pintor de la luz
Cáncer de vías digestivas
Invasiones: giro radical
La historia de Camilo
Caracas digital
Un año de control de cambio
11ª en dos tiempos
Personaje del año
40 años del asesinato de JFK
El dinero no alcanza
Lo que el agua dejó
Revocatorio 2004
Cuarto bate
La vida con el SIDA
Radiografías de Caracas
Chávez a media máquina
MVR renovado y dividido
Consulte la data del CNE
Laberinto al CNE
El intrincado camino al Revocatorio
27-F: 15 años de impunidad
Fórmula 1: 2003
Al borde de las lluvias
Vive y deja vivir contra la expansión del SIDA
La crisis del agua
Los líderes de la revolución

-Fotogalerías

Triunfadores del cine
Festival de Viña del Mar
El grito del Carnaval
Sorteo Copa América
Premios Grammy 2007
La trocha en emergencia
Día de los humedales
¡aprobado! (ley habilitante)
Monarca venezolano (Tigres de Aragua)
Rumbo al Oscar
23 de enero
Concentración educativa
Globos de Oro
Juramentación de Hugo Chávez
Intentona golpista del 4F de 1992
Looney Tunes: De nuevo en acción
El reafirmazo
Caracas embasurada
Matrix Revoluciones
Día de todos los muertos
Juegos Panamericanos 2003
Caracas y sus 436 años
Matrix
Juegos Panamericanos 2003
Catástrofe en La Carlota
Diablos danzantes de Yare
Falcón
Atentado a las sedes diplomáticas de España y Colombia
Apure bajo las aguas

Marcha "Con mis medios no te metas"
Concentración oficialista toma Caracas
Los efectos del paro
El día que se estremeció el imperio yanqui

-Banco de imágenes

Actualidad: Paro cívico, Parque Central, María Lianza

Joyas del Archivo: "Gordo" Pérez, Reverón, Winston Churchill, Retratos: Arístides Calvani, Arnaldo Gabaldón, Pedro Tinoco, Acción Democrática, Carlos Andrés Pérez, Luis Beltrán Prieto Figueroa, Gonzalo Barrios, Jovito Villalba, Raúl León, Violeta Chamorro, Joaquín Balaguer, El Cordobés, María Teresa Castillo, Ludovico Silva, Juan Pablo Pérez Alfonso, Rómulo Betancourt, Jacobo Borges, Roy Chaderton, Nena y Alejandro, Ramón J. Velásquez, Arturo Uslar Pietro, Renny Ottolina.

Galerías especiales: Presos políticos, Y el Ávila bajo el mar.

Anexo T: Ejemplo de un titular donde no aplica el esquema sujeto-verbo-complemento ni el tiempo presente. *El Universal*
(02/03/07)

Economía



(03:31 PM) INAUGURADA LÍNEA AÉREA TEHERÁN-CARACAS VÍA DAMASCO

Damasco.- Una nueva línea aérea entre Teherán y Caracas vía Damasco y que está a cargo de la compañía nacional iraní ha sido inaugurada hoy, informaron los medios oficiales sirios, que indicaron que, "por el momento", el vuelo tendrá una frecuencia semanal.

A la ceremonia de inauguración de la nueva línea, celebrada en el aeropuerto de Damasco, acudieron el ministro sirio de Transportes, Yarob Badr, y los embajadores de Venezuela e Irán en Damasco, así como las autoridades de Aviación Civil, según informó la agencia nacional siria (SANA), reseñó Efe.

En la ceremonia, el ministro sirio dijo que esta línea supone "la concreción de los lazos de cooperación entre los tres países amigos y una forma de activar la comunicación de los respectivos pueblos."

Asimismo, el ministro se mostró confiado en que la nueva línea permita profundizar los intercambios económicos y comerciales entre los tres países.

El anuncio de este viaje coincide con un acercamiento político entre el gobierno del presidente iraní, Mahmud Ahmadineyad, y el de Hugo Chávez, dos de los más acérrimos oponentes de Estados Unidos en el mundo.

Anexo U: Ejemplo de *teaser*. *El Universal* (01/03/07)

*Teaser

UN MILLÓN DE KILOS DE QUESO SIN COLOCAR

Los productores de quesos solicitaron al Gobierno Nacional una "tregua" de dos semanas que les permita vender los quesos sometidos a regulación por encima del valor que aparece en la Gaceta Oficial.

[ver más información](#)

Este *teaser* presenta el tiempo pasado, presente y futuro. A pesar de ello, el verbo principal, el cual es “solicitaron”, se encuentra conjugado en pasado. El *teaser* completo consta de 40 palabras, por lo cual está lejos del límite de 200 palabras, establecido por los autores. Es del tipo título más texto y de *lead* del sumario, ya que responde a la mayor cantidad de interrogantes sobre el hecho noticioso.

Anexo V: Ejemplo de lead incompleto y cuerpo inferior a 25 líneas. *El Universal* (1/03/07)**Internacional****(08:02 PM) JOHN MCCAIN SE DISCULPA POR DICHOS SOBRE TROPAS DE EEUU EN IRAK**

Washington.- El precandidato republicano a la presidencia John McCain se disculpó hoy por declaraciones sobre las tropas de Estados Unidos en Irak, que algunos críticos interpretaron como una desvalorización del trabajo de los militares en ese conflicto.

El miércoles, mientras anunciaba en televisión su plan para competir por la presidencia, McCain se refirió a la guerra en Irak: "Los estadounidenses están muy frustrados y tienen toda la razón para estarlo. Hemos desperdiciado allí muchos de nuestros más preciosos tesoros, que son las vidas de los estadounidenses".

Las palabras provocaron una rápida reacción de los demócratas que exigieron una disculpa.

"La noche pasada me referí a las muertes de estadounidenses como "desperdiciadas", dijo McCain en un comunicado reseñado por AFP.

"Debí haber empleado la palabra 'sacrificadas' como lo hice en el pasado. Nadie aprecia y honra más que yo el desinteresado patriotismo de los hombres y mujeres estadounidenses en la guerra de Irak", señaló McCain, un ex combatiente condecorado en la guerra de Vietnam.

"Como lo he dicho muchas veces, creo que hemos cometido muchos errores en el transcurso de la guerra. Con un nuevo comando general y una nueva estrategia, estamos tratando de corregir esos errores, y creo que tenemos una oportunidad real de éxito", agregó.

McCain ya había intentado competir por la presidencia en el año 2000, pero perdió en las primarias republicanas contra George W. Bush.

Anexo W: Ejemplo de un avance con enlaces internos. *El Universal* (30/03/07)

(01:40 PM) ELUNIVERSAL.COM GALARDONADO EN LOS PREMIOS INTERNACIONALES MALOFIEJ DE INFOGRAFÍA

Caracas.- El equipo de infografía del diario **El Universal** fue galardonado con medalla de bronce en los Premios Internacionales Malofiej de Infografía, organizado por el Capítulo Español de la Society for News Design (SNDE) y la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

El trabajo premiado en la edición de este año fue la infografía animada "**Sedes, calendario y balón alemania 2006**", realizada por Nicolás Ramallo con la ayuda de Manuel Ricardo González, en el marco de la máxima cita del fútbol mundial que se llevó a cabo el año pasado.

Es la tercera vez que una infografía animada de **eluniversal.com** es reconocida con medalla de bronce en este prestigioso premio internacional, considerado el Pulitzer de este género periodístico. La primera medalla fue ganada en el 2004 con la infografía **Flor de navidad** también realizada por Ramallo, y la segunda en 2006 con un trabajo sobre la **Serie del Caribe**.

"Me siento feliz y con ganas de seguir trabajando duro para ganar la medalla de oro. Este premio o reconocimiento es una motivación para hacer mejores trabajos para el público", señaló Ramallo luego de recibir la noticia.

Ramallo explicó que para la ejecución de la infografía se comenzó a investigar un mes antes de iniciar la Copa del Mundo. "Lo más difícil fue recolectar la información y jerarquizarla, ya que nos dimos cuenta que teníamos mucha información", explicó.

"Realmente me inspiré para realizar la infografía en el sitio donde se iba a realizar, en Alemania", afirmó. Añadió que se sentía verdaderamente motivado por el trabajo, gracias a su gusto por el fútbol.

Aunque adelantó que la próxima infografía animada será sobre el viaducto Caracas-La Guaira, prometió que "para la Copa América seguro tendremos un trabajo grande, esperando que sea mejor que el que hicimos para el Mundial de Alemania".

Por su parte, Manuel González, quien colaboró con Ramallo en la elaboración de la infografía, expresó que "siempre es estimulante recibir este reconocimiento, porque al premiar la infografía premian el trabajo en equipo, y esto es muy importante en el departamento de infografía de **El Universal**".



Nicolás Ramallo y Manuel González, infógrafos [Vicente Correale]

Escuche las declaraciones de Nicolás Ramallo

Escuche las declaraciones de Manuel González

ARTÍCULOS RELACIONADOS

- Infografía: Sedes, Calendario y Balón Alemania 2006

González dijo que tienen varias expectativas para el futuro de las infografías en la Web. "Queremos incluir más interactividad, más base de datos y más participación de la gente en el producto", explicó.

En la décimo quinta edición de este galardón compitieron 1.550 trabajos, procedentes de 124 medios de todo el mundo.

El NYTimes.com, edición on line del diario norteamericano The New York Times, ganó el premio Peter Sullivan, máximo galardón del evento. El trabajo ganador, titulado 'Sector snapshot', presentado en la categoría de reportajes sobre Economía y Negocios, refleja el comportamiento por sectores de las empresas que cotizan en el índice bursátil S&P.

Anexo X: Tipos de enlace en un avance informativo. *El Universal* (30/03/07)

[Principal](#) > [Nacional y Política](#) > [Noticias](#)

Nacional y Política



(04:19 PM) PRESIDENTA DEL TSJ AFIRMA QUE "LAS SENTENCIAS NO ADMITEN SINO CUMPLIMIENTO"

Caracas.- La presidenta del Tribunal Supremo de Justicia (TSJ), magistrada Luisa Estella Morales, afirmó hoy que las sentencias dictadas por el máximo tribunal "son sentencias y no admiten sino cumplimiento", en referencia al conflicto que se suscitó desde la semana pasada entre el Parlamento y el Poder Judicial en torno a la modificación que hiciera la Sala Constitucional del TSJ de un artículo de la Ley de Impuesto sobre la Renta (ISLR).

Consultada sobre si el Poder Judicial va a discutir en lo inmediato sobre las denuncias y planteamientos hechos por algunos diputados de la Asamblea Nacional en contra de los magistrados del TSJ, Morales aseveró que "todos los temas se discuten en el seno del Tribunal Supremo".

La presidenta del TSJ indicó que "nosotros estamos bien claros de la responsabilidad que nos toca como jueces" y recalcó que "sobre todo estamos muy claros frente al pueblo de Venezuela de cuál es nuestra responsabilidad".

Expresó que en el Tribunal Supremo de Justicia nunca habrá ningún magistrado que pueda provocar un conflicto "que pudiese pesar en este pueblo para mal"._LP

ARTÍCULOS RELACIONADOS

- Presumen "hecho punible" en actos de los magistrados
- Informe califica impasse "problema jurídico"



NACIONAL Y POLÍTICA AVANCES

(03:41 PM) Prensa panameña realizará "apagón pro libertad de expresión" en Venezuela

(03:37 PM) Embajador Valero defiende medida contra RCTV antes de la asamblea de la OEA

(02:51 PM) Lula defiende nuevamente al Congreso brasileño de críticas de Chávez

(01:37 PM) Canciller peruano: "Caso RCTV es asunto soberano de Venezuela"

(01:12 PM) Exigen al Defensor del Pueblo "que garantice la libertad de expresión"
 (12:57 PM) Insulza dice que no llamaría atentado a la libertad de expresión caso de RCTV
 (11:25 AM) Realizan marcha hasta la Defensoría del Pueblo en apoyo a RCTV
 (11:23 AM) Miembro del Comité Jurídico de la OEA cree que libertad de prensa peligra en Venezuela
 (11:16 AM) Ex presidente brasileño Cardoso se suma a críticas por caso RCTV
 (11:08 AM) Hoy termina inscripción de aspirantes a militantes del Psuv
 (10:57 AM) Granier denuncia planes de Chávez para "confiscar las libertades"
 (10:31 AM) Comienza concentración para marchar hasta la Defensoría en apoyo a RCTV
 (10:15 AM) Calderón confía en que relaciones diplomáticas con Venezuela se normalizarán

TITULARES

- RCR en la mira
- Ron: Ahora sí somos círculos del terror
- "Una concesión puede terminar antes del tiempo establecido"
- "El pueblo saldrá a defender la patria"
- Brasil espera que se disipe pronto "nube" en relaciones con Chávez
- Daniel Ortega arriba a Caracas para apoyar decisión sobre RCTV
- Estudiantes que recuperaron las calles
- El suicidio de la antidemocracia continental
- Profesores consolidarán apoyo a universitarios
- RCTV tiene las puertas del "cable" abiertas
- Presencia de García en la marcha hizo que AN enviara delegados
- Breves Políticos
- Semana de protesta
- "No sobrecarguen a los estudiantes"
- Rangel cree que se debe "dialogar y debatir"
- Mención a RCTV en reunión de la OEA "será interferencia"

En el ejemplo se aprecia el enlace a la página de inicio, los enlaces parainformativos: “enviar por correo este artículo” e “imprimir”. Al final de la noticia se encuentra la lista de avances informativos de la misma sección de la noticia: Nacional y

Política.

Anexo Y: Enlaces a noticias anteriores. *El Universal* (21/03/07)

Nacional y Política



CNE ADMITE CONVOCATORIA DE 28 REFERENDOS REVOCATORIOS

Promoción de obras de gobierno estará permitida durante la campaña

EUGENIO MARTÍNEZ

EL UNIVERSAL

Los gobernadores de los estados Aragua, Didalco Bolívar; Anzoátegui, Tarek William Saab; Bolívar, Francisco Rangel, y Vargas, Antonio Rodríguez; 20 alcaldes, entre los que destaca el burgomaestre del municipio Baruta del estado Miranda, Henrique Capriles Radonski, y cuatro diputados al Concejo Legislativo del estado Aragua tendrán que someterse -como mínimo- al proceso de recolección de firmas que dictaminará si se convocan referendos revocatorios de mandato en su contra.



Los rectores anunciarán el próximo martes la fecha de la primera jornada nacional para recolección de firmas. (ARCHIVO)

ARTÍCULOS RELACIONADOS

- Firmas y votos necesarios

Si durante el proceso de manifestación de voluntades la petición de referendo es respaldada por 20% de los electores inscritos -hasta el 31 de noviembre del año 2006- en cada estado o municipio, el CNE estará en la obligación de organizar el revocatorio del funcionario en un lapso no mayor a 97 días.

Para que un funcionario sea relevado de su cargo es indispensable que un número igual o mayor a los electores que lo eligieron voten a favor de la revocatoria de su mandato.

¿Cuándo se recogerán las firmas? El próximo martes los rectores anunciarán la fecha en que se realizará la jornada nacional de manifestación de voluntades. Según las Normas para regular los Referendos Revocatorios la recolección de firmas se realizará por un máximo de tres días. Cada elector, debidamente inscrito en el RE de la circunscripción respectiva manifestará su voluntad registrando su huella en la plataforma biométrica y estampando su firma en las planillas elaborados por el CNE.

A diferencia de la recolección de firmas celebrada en el año 2004 en esta oportunidad no existirá un proceso de "reparo" posterior porque se emplearán 12 mil captahuellas para realizar una verificación "en caliente" de la identidad de los electores.

Sólo 19,4% fueron válidas

Desde el pasado 31 de octubre de 2006 -fecha en que se activó la posibilidad de solicitar referendos revocatorios- el CNE recibió 144 peticiones de consultas populares de mandato; de estas sólo las 28 solicitudes mencionadas previamente cumplieron con todos los requisitos de ley.

Mañana la Comisión de Participación Política evaluará 13 peticiones adicionales. Si cumplen con todos los requisitos serán incluidas en la primera jornada nacional para la recolección de firmas, que debe celebrarse entre la segunda quincena de abril y primera semana de mayo.

La de ayer no fue la última palabra de los rectores en temas refrendarios. Los electores podrán continuar presentando solicitudes de consultas populares. La única limitante es que todas las peticiones que sean recibidas y aprobadas a partir de la próxima semana deberán esperar por la segunda jornada nacional de recolección de firmas para comprobar si cuentan con el respaldo popular.

El único punto en el que no existió acuerdo ayer entre los rectores electorales está referido a las Normas de Publicidad y Propaganda.

Como sucedió en la última elección presidencial, los funcionarios no estarán impedidos de promocionar sus obras de gobierno durante la campaña.

emartinez@eluniversal.com

Anexo Z: Empleo referencial de la foto en un avance informativo. *El Universal* (2/03/07)

EN 36% INFLACIÓN ANUALIZADA DE LOS ALIMENTOS

El directorio del Banco Central festeja en su reporte que la inflación de febrero, con un avance de 1,4%, representa "una significativa desaceleración" respecto al explosivo salto de 2%, registrado en enero.

SE ACELERA LA INFLACIÓN Y SALTA 20,4% EN 12 MESES

El precio de los alimentos acumula un avance de 36% desde febrero de 2006

VÍCTOR SALMERÓN

EL UNIVERSAL

El directorio del Banco Central festeja en su reporte que la inflación de febrero, con un avance de 1,4%, representa "una significativa desaceleración" respecto al explosivo salto de 2%, registrado en enero.

No obstante, la comparación entre períodos iguales, como suelen hacer los especialistas, desnuda otra fotografía: en febrero de 2005, la inflación se situó en (-0,4%) versus 1,4% en febrero de este año y, entre febrero de 2006 y febrero de 2005, los precios se incrementan en 12,5%, en contraste con el aumento de 20,4% acumulado entre febrero de 2006 y febrero de 2007.

El BCV considera que "este comportamiento desacelerado rompe con la tendencia al alza de los últimos tres meses" y lo asocia con el efecto que tuvo en los alimentos controlados la eliminación del IVA, la regulación de precios y el "control de abastecimiento".

El Central fija su mirada en el último mes y destaca que el aumento en el precio de los alimentos pierde fuerza ya que después de un pronunciado salto de 4% en enero, en febrero el avance es de (-0,2%).

Nuevamente, el contraste con el mismo período muestra otra verdad: en febrero de 2006 los alimentos registran un avance de (-3,8%), mucho menor al salto de febrero de este año y la variación acumulada en los últimos doce meses es de 36%, mientras que en los doce meses que transcurren entre febrero de 2005 y febrero de 2006, es de sólo 13,9%.

El aumento en el valor de los alimentos impacta con más fuerza a las familias pobres, que de acuerdo con Datanálisis gastan 46% del ingreso en procurarse tres comidas diarias.



Analistas explican que la escasez puede estar sesgando a la baja el cálculo de la inflación

ARTÍCULOS RELACIONADOS

- [Se encarece la canasta](#)

La variación de precios en los alimentos puede estar maquillada por la escasez. En enero, el BCV elaboró un informe donde detecta "serios problemas de abastecimiento" en diez componentes de la dieta básica y problemas "significativos" en otros 23 productos.

José Guerra, quien se desempeñó como gerente de investigaciones económicas del Banco Central, explica que "cuando hay escasez los encuestadores no encuentran los productos en los establecimientos y colocan el mismo precio del mes anterior y entonces la variación es cero. Esto influye en el resultado de este mes, es prácticamente seguro que la escasez aumentó".

Empresarios afirman que la regulación de precios que ha impuesto el Gobierno no permite cubrir los costos de fabricación de una serie de productos alimenticios, lo que ha derivado en una baja de la oferta.

El combustible

¿Qué impulsa al alza los precios? Los economistas coinciden en que la causa estructural de la inflación es demasiado dinero persiguiendo pocos bienes y en los últimos doce meses, gracias al gasto del Gobierno, la cantidad de bolívares registra un salto de 64% que no ha sido correspondido con la expansión de la producción nacional.

Simultáneamente, los importadores afirman que enfrentan retardos en la entrega de divisas.

Si bien la administración de Hugo Chávez rebajó impuestos, reeditó los subsidios, sacó a la venta bonos en dólares para absorber bolívares y reforzó el control de precios, Abelardo Daza, analista de ODH Consultores, estima que "aunque pueda haber un impacto en los próximos meses por estas medidas, será difícil cumplir la meta de cerrar 2007 con inflación de 12%, las expectativas no son buenas y no hay una política consistente para incrementar la oferta".

José Guerra explica que "para que una política antiinflacionaria tenga éxito hay que atacar las causas y no los efectos".

El Banco Central comenzó a difundir la inflación de Maracaibo y sostiene que en febrero, registra un avance de 1,3%.

vsalmeron@eluniversal.com

Anexo A': Lista de especiales y blogs de *El Universal*

-Foto-reportajes

	<p>Entre dudas y halagos</p> <p>+ver foto reportaje</p>		<p>53 años en pantalla</p> <p>+ver foto reportaje</p>
	<p>Fernando Botero</p> <p>+ver foto reportaje</p>		<p>Energía</p> <p>+ver foto reportaje</p>
	<p>Legislar por decreto</p> <p>+ver foto reportaje</p>		<p>Supremacía en el diamante</p> <p>+ver foto reportaje</p>
	<p>Año de antagonismo y conflictos</p> <p>+ver foto reportaje</p>		<p>El hombre que dividió a Chile</p> <p>+ver foto reportaje</p>
	<p>Detrás de Cámaras</p> <p>+ver foto reportaje</p>		<p>Las huellas de Katrina</p> <p>+ver foto reportaje</p>



Guerra sin tregua

[+ver foto reportaje](#)



Cardenal Urosa

[+ver foto reportaje](#)



Euforia y tristeza en el deporte

[+ver foto reportaje](#)



Manos de Oro

[+ver foto reportaje](#)



Cómo votar

[+ver foto reportaje](#)



La familia

[+ver foto reportaje](#)



El legado del Gato

[+ver foto reportaje](#)



Violencia extrema

[+ver foto reportaje](#)



Choque de Visiones

[+ver foto reportaje](#)



Caracas Pop Festival 2005

[+ver foto reportaje](#)



Terror sin límites

[+ver foto reportaje](#)



Lente Correale

[+ver foto reportaje](#)



Juan Pablo II: De Polonia para el mundo

[+ver foto reportaje](#)



De luto mayor

[+ver foto reportaje](#)

Más foto-reportajes en <http://archivo.eluniversal.com/do/index/show?code=frep&pager.offset=0&page=1>

-Foto-galerías

	<u>Arte en imágenes</u>		<u>Gente en imágenes</u>
	<u>Mascoperros</u>		<u>Mascogatos</u>
	<u>Otras Mascotas</u>		<u>Parejas</u>
	<u>Japón gana el Miss Universo</u>		<u>Movilizaciones a favor de RCTV</u>
	<u>GP de Mónaco</u>		<u>El adiós de RCTV</u>



El día final de RCTV



Venezolanos marcharon en solidaridad a RCTV



Moda en Cannes



Conflicto en Líbano



Noche de finalistas



RCTV: Una historia llena de recuerdos y alegrías



Milan campeón de europa



Mascogatos



Otras Mascotas



Parejas



Más foto-galerías en <http://archivo.eluniversal.com/do/index/show?code=fotoGal>

-Infografías



Cuestión de Genes

Cuestión de
[ver infografía](#)

Burbuja de Agua

Burbuja de
[ver infografía](#)

¿Cuanto Sabes sobre la historia del Deporte?

¿Cuanto Sabes sobre la historia del Deporte?
[ver infografía](#)



La Copa América estrena balón

El torneo de fútbol más antiguo del mundo utilizará por vez primera un balón diseñado específicamente para el evento.

[ver infografía](#)



Guía para votar

A través de la siguiente guía usted podrá familiarizarse con el proceso electoral del próximo tres de diciembre.

[ver infografía](#)



Accidente en Manhattan

[ver infografía](#)



Estadio Enzo Hernández

El estadio Enzo Hernández, ubicado en El Tigre, estado Anzoátegui será el primer estadio con césped artificial que se utilizará en la Liga Venezolana de Beisbol Profesional.

[ver infografía](#)



Difícil tarea para Cabrera

Al antesalista de los Marlins le quedan sólo tres juegos para elevar su promedio y alcanzar el liderato de bateo en la Nacional.

[ver infografía](#)



Gol del día

Jornada tras jornada vea los mejores goles del Mundial a través de Gráficos Interactivos. Todo los días un gol nuevo.

[ver infografía](#)



Sedes, Calendario y Balón Alemania 2006

Conozca las sedes del evento, el calendario completo, los resultados y la elaboración del balón Teamgeist, utilizado en el torneo.

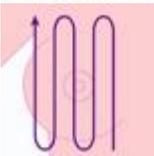
[ver infografía](#)



Hombre de Hierro 2006

El domingo 7 de mayo se realizará en la isla de Margarita el tercer triatlón con distancias similares a las de Ironman de Hawai, una de las pruebas más difíciles del mundo

[Ver infografía](#)



Autoexamen de mama

El cáncer de mama constituye la principal causa de muerte en el mundo en mujeres entre 45 y 55 años. Detectado a tiempo es curable. La prevención está en tus manos.

[Ver infografía](#)



Atuendo de compromiso

Conozca a través de un gráfico interactivo el hábito que usará el cardenal venezolano Jorge Urosa Savino y los demás "príncipes" de la Iglesia el día del Consistorio.

[Ver infografía](#)



Alerta Mundial

Un subtipo del virus de gripe aviar, el H5N1, que apareció en 1997 en Hong Kong ha sido identificado como la fuente más probable de una futura pandemia de gripe humana.

[Ver infografía](#)



Las mejores

Este año, las cinco películas nominadas en la categoría principal del galardón abordaron de manera profunda temas como la homosexualidad, el racismo y la libertad de expresión.

[Ver infografía](#)



El tío Oscar

Desde el banquete inicial de premios, el 16 de mayo de 1929, se han entregado 2.530 estatuillas doradas para galardonar los logros cinematográficos.

[Ver infografía](#)



Juego peligroso

[Ver infografía](#)



Campocorto dorado

El campocorto criollo Omar Vizquel, a sus 38 años, es el jugador de mayor edad que logra el Guante de Oro al mejor jugador defensivo de su posición. Con el galardón superó los nueve de Luis Aparicio y se ubicó a tres (...)

[ver infografía](#)



Tecnología jonronera

La temporada del beisbol profesional 2005-2006 promete ser de nuevo una campaña ideal para los bateadores, luego que se impusiera un récord de cuadrangulares en la campaña anterior. La pelota Wilson A1010 volverá a (...)

[ver infografía](#)



Rey de las profundidades

Para el apneista venezolano Carlos Coste el abismo es el límite, por eso cada reto que se propone pretende completarlo en la oscuridad del fondo oceánico, donde ha aprendido a desenvolverse.

[ver infografía](#)



Vuelo mortal

No hubo sobrevivientes en el accidente del avión de West Caribbean Airways que se precipitó la madrugada del martes 16 de agosto en el estado Zulia.

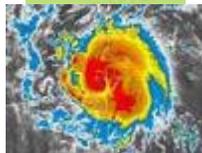
[ver infografía](#)



Tránsito reestablecido

Fueron necesarios 15 días de trabajos continuos para reparar el gigantesco hueco en la Autopista Regional del Centro

[ver infografía](#)



Temporada de huracanes

Conozca a través de nuestros gráficos animados la temporada de huracanes 2005, la trayectoria que seguirán, las zonas que pudieran verse afectadas y más detalles sobre éstos fenómenos naturales.

[ver infografía](#)



Starwars

Casi 30 años después del estreno del Episodio IV de la saga de George Lucas, por fin se cierra el círculo que se iniciara una vez en una galaxia muy lejana.

[ver infografía](#)

Más infografías en <http://archivo.eluniversal.com/do/index/show?code=inf>

-Blogs



Posición Adelantada
TULIO CASAL

Las palabras que se
recogen en un campo de
fútbol

[Sigue](#) ➤



Cine privé
NORMA JIMENEZ
MONTEALEGRE

Una segunda
oportunidad para
disfrutar el filme que no
debiste perderte

[Sigue](#) ➤



Fanáticos del cable
MARIANGELA
LANDO

El rincón para hablar de
las series de TV que
nos enloquecen

[Sigue](#) ➤



Familia y Flores de
Bach
MAGDALENA
CALVO DE
SOSNOWSKY
(* Trade Mark de
Nelsons Ltd

Un encuentro con la
vida cotidiana y cómo
las Flores de Bach
ayudan a superar los
retos y desafíos de la
vida en familia.

[Sigue](#) ➤

Anexo B': Resultados de las tablas aplicadas a *El Nacional*

Tabla 0: Corpus de investigación

Disponible en el CD

Tabla 1: Titulares

Periódico: El Nacional Días: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	% SÍ	NO	% NO
1. Tiempo presente	195	65,66%	102	34,34%
2. Voz activa	276	92,93%	21	7,07%
3. Estilo informativo	293	98,65%	4	1,35%
4. Esquema sujeto-verbo-complemento	228	76,77%	69	23,23%
5. Redacción afirmativa	288	96,97%	9	3,03%
6. Autonomía informativa	259	87,21%	38	12,79%
7. Ausencia de localismos	281	94,61%	16	5,39%
Total	1.820		259	
%	87,54%		12,46%	

Tabla 2: *Teasers* (sólo cuando existan)

Periódico: El Nacional Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	% SÍ	NO	% NO
1. Tiempo presente	13	10,57%	110	89,43%
2. Correspondencia conceptual entre <i>teaser</i> y <i>lead</i>	115	93,50%	8	6,50%
3. Texto igual o inferior a 200 palabras	123	100%	0	0%
Total	251		118	
%	68,02%		31,98%	
Tipo de <i>teaser</i> de la primera clasificación	Presencia		%	
4. Palabra o título	0		0%	
5. Título más texto	92		74,80%	
6. Texto y fotografía	30		24,39%	
7. Foto <i>teasers</i>	1		0,81%	
Tipo de <i>teaser</i> de la segunda clasificación	Presencia		%	
8. Impacto	13		10,57%	
9. Resumen	72		58,54%	
10. <i>Lead</i> del sumario	28		22,76%	
11. Pregunta	0		0%	
12. Anuncio	4		3,25%	
13. Omisión	6		4,88%	

Tabla 3: Leads

Periódico: El Nacional Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	% SÍ	NO	% NO
1. Texto igual o inferior a 35 palabras	113	38,05%	184	61,95%
Preguntas que responde el lead de acuerdo a la estructuración en pirámide invertida	Presencia		% con base en la cantidad de avances	
2. Qué	297		100%	
3. Quién	270		90,91%	
4. Cuándo	191		64,31%	
5. Cómo	72		24,24%	
6. Dónde	99		33,33%	
7. Por qué	99		33,33%	

Tabla 4: Cuerpo de la noticia

Periódico: El Nacional Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	% SÍ	NO	% NO
1. Texto igual o inferior a 25 líneas	235	79,12%	62	20,88%
2. Párrafos ordenados por relevancia	290	97,64%	7	2,36%
Total	525		69	
%	88,38%		11,62%	

Tabla 5: Tipografía

Periódico: El Nacional Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	% SÍ	NO	% NO
1. Textos de 9 puntos o menos usan letras sans-serif	297	100%	0	0%
Tipo de letra utilizada en los textos de tamaño superior a los 9 puntos			Presencia	
2. Romana			-	
3. Etrusca			-	
4. Egipcia			-	

Tabla 6: Enlaces

Periódico: El Nacional Día: 1-31 marzo				
Categorías	SÍ	% SÍ	NO	% NO
1. Enlaces internos	0	0%	297	100%
2. Parainformativos: imprimir, votar y enviar por correo	297	100%	0	0%
3. Enlaces a la página principal	297	100%	0	0%
4. Enlaces a la sección de pertenencia de la noticia	124	41,75%	173	58,25%
5. Enlaces a noticias de la misma sección	297	100%	0	0%
6. Enlaces a noticias anteriores	28	9,43%	269	90,57%
7. Enlaces a cuadros de búsqueda	124	41,75%	173	58,25%
8. Enlaces a especiales relacionados (sólo si	1	3,33%	29	96,67%

aplica)				
9. Enlaces a encuestas o foros relacionados (sólo si aplica)	3	50%	3	50%
10. Enlaces a blogs del mismo tema de la noticia (sólo si aplica)	0	0%	105	100%
11. Enlaces al correo electrónico del periodista	0	0%	297	100%
Total	1.171		1.346	
%	46,52%		53,48%	
Tipo de enlace parainformativo (si aplica)	Presencia		% con base en la cantidad de avances	
12. Imprimir	297		100%	
13. Votar	0		0%	
14. Enviar la noticia	297		100%	
Nivel hipertextual de la noticia (1-3)	Uno: 297		Uno: 100%	
	Dos: 297		Dos: 100%	
	Tres: 36		Tres: 12,12%	
Cantidad de hipervínculos del nivel 3	Uno: 29		Uno: 80,56%	
	Dos: 5		Dos: 13,89%	
	Tres: 2		Tres: 5,56%	
	Cuatro o más: 0		Cuatro o más: 0%	

Tabla 7: Elementos multimedia

Periódico:				
Día:				
Cód. Noticia:				
Categoría	SÍ	% SÍ	NO	% NO
1. Alguno de los elementos multimedia presentes amplía la información textual	11	16,92%	54	83,08%
Elementos multimedia	Presencia		%	
2. Vídeos	0		0%	
3. Sonidos	7		10,45%	
4. Infografías	0		0%	
5. Fotografías	59		88,06%	
6. Gráficos	1		1,49%	

Tabla 8: Seguimiento de los avances informativos con *teaser* a lo largo del día

Periódico: Día: Cód. Noticia:		
Categoría	3 pm (con respecto a las 9 am)	9 pm (con respecto a las 3 pm)
1. Modificaciones de la noticia con respecto al horario anterior	0,25	0,64
-Si la respuesta fue 1, ¿cuáles elementos cambiaron?:		
*de 9 am a 3 pm:		
<i>titular: 4 teaser: 4 lead: 2 cuerpo: 2 enlaces: 18 elementos multimedia: 3</i>		
*Cantidad de elementos que se alteraron en promedio por día: 1,18		
*Promedio del porcentaje de elementos que se alteraron por día: 5,75%		
*de 3 pm a 9 pm:		
<i>titular: 7 teaser: 2 lead: 5 cuerpo: 6 enlaces: 38 elementos multimedia: 2</i>		
*Cantidad de elementos que se alteraron en promedio por día: 2,22		
*Promedio del porcentaje de elementos que se alteraron por día: 15,54%		

Escala para el seguimiento de los avances informativos

-Valor 0: la noticia no cambió.

-Valor 1: cambiaron algunos de los siguientes elementos de la noticia con relación a la última hora de análisis: titular, *teaser*, *lead*, cuerpo, tipografía, enlaces, elementos multimedia.

-Valor 2: todos los elementos de la noticia cambiaron.

Tablas para el cálculo de los valores de la tabla 8

Disponible en el CD

Anexo C': Resultados de las tablas aplicadas a *El Universal*

Tabla 0: Corpus de investigación

Disponible en el CD

Tabla 1: Titulares

Periódico: El Universal Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	% SÍ	NO	%NO
1. Tiempo presente	251	74,04%	88	25,96%
2. Voz activa	327	96,46%	12	3,54%
3. Estilo informativo	338	99,71%	1	0,29%
4. Esquema sujeto-verbo-complemento	298	87,91%	41	12,09%
5. Redacción afirmativa	315	92,92%	24	7,08%
6. Autonomía informativa	313	92,33%	226	7,67%
7. Ausencia de localismos	336	99,12%	3	0,88%
Total	2178		395	
%	84,65%		15,35%	

Tabla 2: *Teasers* (sólo cuando existan)

Periódico: El Universal Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	%SÍ	NO	%NO
1. Tiempo presente	65	28,63%	162	71,37%
2. Correspondencia conceptual entre <i>teaser</i> y <i>lead</i>	227	100%	0	0%
3. Texto igual o inferior a 200 palabras	227	100%	0	0%
Total	519		162	
%	76,21%		23,79%	
Tipo de <i>teaser</i> de la primera clasificación	Presencia		%	
4. Palabra o título	0		0%	
5. Título más texto	194		85,46%	
6. Texto y fotografía	33		14,54%	
7. Foto <i>teasers</i>	0		0%	
Tipo de <i>teaser</i> de la segunda clasificación	Presencia		%	
8. Impacto	129		56,83%	
9. Resumen	35		15,42%	
10. <i>Lead</i> del sumario	63		27,75%	
11. Pregunta	0		0%	
12. Anuncio	0		0%	
13. Omisión	0		0%	

Tabla 3: Leads

Periódico: El Universal Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	%SÍ	NO	%NO
1. Texto igual o inferior a 35 palabras	107	31,56%	232	68,44%
Preguntas que responde el lead de acuerdo con la estructuración en pirámide invertida	Presencia (marcar con X)		% con base en la cantidad de avances	
2. Qué	339		100%	
3. Quién	339		100%	
4. Cuándo	211		62,24%	
5. Cómo	36		10,62%	
6. Dónde	89		26,25%	
7. Por qué	133		39,23%	

Tabla 4: Cuerpo de la noticia

Periódico: El Universal Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	%SÍ	NO	%NO
1. Texto igual o inferior a 25 líneas	191	56,34%	148	43,66%
2. Párrafos ordenados por relevancia	339	100%	0	0%
Total	530		148	
%	78,17%		21,83%	

Tabla 5: Tipografía

Periódico: El Universal Día: 1-31 marzo				
Requisitos para el ciberperiodismo	SÍ	%SÍ	NO	%NO
1. Textos de 9 puntos o menos usan letras sans-serif	339	100%	0	0%
Tipo de letra utilizada en los textos de tamaño superior a los 9 puntos			Presencia (marcar con X una sola)	
2. Romana			0	
3. Etrusca			339	
4. Egipcia			0	

Tabla 6: Enlaces

Periódico: El Universal Día: 1-31 marzo				
Categorías	SÍ	%SÍ	NO	%NO
1. Enlaces internos	3	0,88%	336	99,12%
2. Parainformativos: imprimir, votar y enviar por correo	339	100%	0	0%
3. Enlaces a la página principal	339	100%	0	0%
4. Enlaces a la sección de pertenencia de la noticia	339	100%	0	0%
5. Enlaces a noticias de la misma sección	339	100%	0	0%

6. Enlaces a noticias anteriores	103	30,38%	236	69,62%
7. Enlaces a cuadros de búsqueda	339	100%	0	0%
8. Enlaces a especiales relacionados (sólo si aplica)	4	14,81%	23	85,19%
9. Enlaces a encuestas o foros relacionados (sólo si aplica)	0	0%	0	0%
10. Enlaces a blogs del mismo tema de la noticia (sólo si aplica)	0	0%	43	100%
11. Enlaces al correo electrónico del periodista	16	4,95%	323	95,05%
Total	1821		961	
%	65,46%		34,54%	
Tipo de enlace parainformativo (si aplica)	Presencia		% con base en la cantidad de avances	
12. Imprimir	339		100%	
13. Votar	0		0%	
14. Enviar la noticia	339		100%	
Nivel hipertextual de la noticia (1-3)	Uno: 339 Dos: 339 Tres: 108		Uno: 100% Dos: 100% Tres: 31,86%	
Cantidad de hipervínculos del nivel 3	Uno: 105 Dos: 3 Tres: 0 Cuatro o más: 0		Uno: 97,22% Dos: 2,78% Tres: 0% Cuatro o más: 0%	

Tabla 7: Elementos multimedia

Periódico: El Universal Día: 1-31 marzo				
Categoría	SÍ	%SÍ	NO	%NO
1. Alguno de los elementos multimedia presentes amplía la información textual	51	45,95%	60	54,05%
Elementos multimedia		Presencia		%
2. Vídeos		0		0%
3. Sonidos		7		0,90%
4. Infografías		0		0%
5. Fotografías		104		99,10%
6. Gráficos		0		0%

Tabla 8: Seguimiento de los avances informativos con *teaser* a lo largo del día

Periódico:		
Día:		
Cód. Noticia:		
Categoría	3 pm (con respecto a las 9 am)	9 pm (con respecto a las 3 pm)
1. Modificaciones de la noticia con respecto al horario anterior	0	0
<p>-Si la respuesta fue 1, ¿cuáles elementos cambiaron?:</p> <p>*de 9 am a 3 pm: <i>titular: 0 teaser: 0 lead: 0 cuerpo: 0 enlaces: 0 elementos multimedia: 0</i></p> <p>*Cantidad de elementos que se alteraron en promedio por día: 0 *Promedio del porcentaje de elementos que se alteraron por día: 0%</p>		
<p>*de 3 pm a 9 pm: <i>titular: 0 teaser: 0 lead: 0 cuerpo: 0 enlaces: 0 elementos multimedia: 0</i></p> <p>*Cantidad de elementos que se alteraron en promedio por día: 0 *Promedio del porcentaje de elementos que se alteraron por día: 0%</p>		

Escala para el seguimiento de los avances informativos

-Valor 0: la noticia no cambió.

-Valor 1: cambiaron algunos de los siguientes elementos de la noticia con relación a la última hora de análisis: titular, *teaser*, *lead*, cuerpo, tipografía, enlaces, elementos multimedia.

-Valor 2: todos los elementos de la noticia cambiaron.

Anexo D': Ejemplo de noticia que incorpora audio o vídeo. *El Universal* (19/04/07)

Copa del Rey

MESSI MARAVILLA A TODOS

Barcelona. - Lionel Messi hizo una réplica casi perfecta del histórico gol de Diego Maradona a Inglaterra, al conducir al Barcelona a una victoria 5-2 sobre el Getafe en el choque de ida por las semifinales de la Copa del Rey, reseñó AP.

Fue una noche majestuosa para el atacante argentino de 19 años, autor de dos goles y del pase para otro.

La victoria del Barcelona prácticamente dejó sentenciada la eliminatoria y ubicó al conjunto azulgrana más cerca de su objetivo de alzarse con un trofeo que no levanta desde 1998.

La goleada comenzó a tomar forma a los 18 con el gol de Xavi Hernández, quien recibió de Messi, se dio una media vuelta y la mandó al fondo de las redes. El acto siguiente fue protagonizado por Messi, quien hizo un gol tras driblar a medio Getafe en lo que fue tal vez el mejor tanto de toda la temporada. Dieciséis minutos después el argentino volvió a anotar en una jugada en la que se quitó la marca del zaguero Alexis Ruando dentro del área y la clavó en el fondo de la red con un violento zurdazo.

Getafe, sin embargo, reaccionó con los goles de Daniel Guiza y Nacho Pérez en un lapso de dos minutos al inicio del segundo tiempo.

Barcelona volvió a despegarse mediante tantos del islandés Eidur Gudjohnsen y el camerunés Samuel Eto'o a los 63 y 74, respectivamente. Gudjohnsen anotó tras llegarle una pelota que el mexicano Rafael Márquez peinó al corazón del área tras un tiro de esquina.

La vuelta será el 9 de mayo.



Video con el gol de Messi ante Getafe
[Dailymotion.com]



Lionel Messi abraza a Xavi, cuyo pase en el medio del área terminó convirtiendo en gol (AP)

ARTÍCULOS RELACIONADOS

- [Mejor que Maradona](#)