

Javier DIAZ NOCI***
 Koldo MESO**
 Ainara LARRONDO**

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
 Vol. XVII • Núm. 1 • 2004 • 161-189

rsalaver@unav.es, rcores@unav.es, pdpdinoj@lg.ehu.es,
 pdpmeayk@lg.ehu.es y alureta@euskalnet.net

*Departamento de Proyectos Periodísticos. Universidad
 de Navarra.. 31080 Pamplona,

** Departamento de Periodismo II. Facultad de Ciencias
 Sociales y de Comunicación. Universidad del País Vasco
 - Euskal Herriko Unibertsitatea. Barrio Sarriena s/n.
 48940 Leioa.

Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra

Assessment of the online newspapers in the Basque and Navarre's communities

RESUMEN: el presente texto propone una evaluación de los ciberdiarios de la Comunidad Autónoma Vasca (CAV) y de la Comunidad Foral de Navarra (CFN), empleando metodologías ya establecidas y contrastadas, de manera que se pueda obtener un panorama completo del aprovechamiento real de las posibilidades del lenguaje hipermedia por parte de estas empresas. Se analizan todos los medios diarios de información general que disponen de una edición en Internet: El Correo, El Diario Vasco, Deia, Gara y Berria en el caso de la CAV, y Diario de Navarra y Diario de Noticias en la CFN. En primer lugar, se les somete a una evaluación previa general empleando la metodología propuesta desde el campo de la documentación. A continuación, se les somete a una comparación con su versión impresa, y se cotejan los resultados con los de una investigación europea similar en la que los autores participan. Finalmente, se analizan los reportajes especiales y sus usos hipertextuales, a la luz de las estructuras ya establecidas por la teoría del hipertexto.

ABSTRACT: *This article proposes an evaluation of the online newspapers at the Basque Autonomous Community (BAC) and the Foral Community of Navarre (FCN), using established and valuable methods, in order to obtain a complete map of how the possibilities of the hypermedia language are developed by these enterprises. We analyse all the dailies that have an Internet edition: El Correo, El Diario Vasco, Deia, Gara and Berria in the case of BAC, and Diario de Navarra and Diario de Noticias in FCN. Firstly, we complete a previous evaluation of all the media using the methods of the documentation science. Secondly, we try a comparison between the Internet and the printed editions, comparing the results with the general conclusion of a similar European research in which the authors have taken part. Finally, we analyse the special reports and their hypertextual possibilities, applying the typical structures proposed by the theory of hypertext.*

Palabras clave: ciberperiodismo, Navarra, País Vasco, Internet, hipertexto.

Key words: Cyberjournalism, Basque Country, Navarre, Internet, Hypertext

1. Introducción

El primer medio de comunicación vasco en dar el salto a Internet fue, en agosto de 1995, *El Diario Vasco*. Lo hizo de forma casi subrepticia, sin que contase siquiera con una estrategia conjunta del entonces Grupo Correo, hoy Vocento. Unas páginas en lenguaje html estático que supusieron una pica en el Flandes del ciberperiodismo vasco, que se incorporaba así, con alguna tardanza –los primeros diarios digitales son de algunos meses antes del mismo 1995, el *Boletín Oficial del Estado* y los periódicos catalanes de información general *Avui* y *La Vanguardia*– a la World Wide Web española. A los demás diarios vascos les costó seguir su ejemplo: *Euskaldunon Egunkaria*, hoy clausurado, contó con un resumen más o menos diario puesto en marcha por un voluntarioso lector, Josu Azanza; no contó con una edición propia hasta 1998. *Egin*, hoy igualmente clausurado, nunca dio el salto definitivo a Internet; hubo que esperar a su sucesor, *Gara*, ya en 1999. *Deia* fue también tardío. En cuanto al buque insignia del grupo Vocento, *El Correo*, su edición digital se demoró hasta noviembre de 1996. La mayor parte de los diarios de información general españoles (*ABC*, *El Mundo*, *El País*, *El Periódico de Catalunya*) contaban ya con una edición desde 1995 ó 1996.

En el tiempo transcurrido hasta que escribimos estas líneas, principios de 2004, han sucedido algunas cosas: el juez de la Audiencia Nacional Baltasar Garzón ordenó el cierre de *Egin*. Le substituyó de forma transitoria *Euskadi Información*, que contó desde el comienzo con un sitio web. *Gara* tomó el relevo; desde el principio (1999) cuenta con una edición en Internet. Un caso similar es el de *Euskaldunon Egunkaria*, clausurado por orden del juez de la Audiencia Nacional Juan del Olmo en 2003. Durante algún tiempo *Egunero* (una cabecera cedida por un diario gratuito de la localidad guipuzcoana de Tolosa) le substituyó de forma impresa y digital. Cuando, en verano de ese mismo año, comenzó a publicarse su sustituto y continuador *Berria*, el diario en lengua vasca contaba con doble edición digital e impresa (e incluso, con una edición digital en inglés, dentro de la página web principal del periódico). Por su parte, el Grupo Correo se convirtió en 2003 en Vocento. De antes venía ya la decisión estratégica de unificar y *portalizar* los once diarios del grupo, que se confeccionan de manera semiautomática a partir de plantillas XML confeccionadas por Sarenet. *Deia* mantiene un sitio web que renueva diariamente (el resto lo hace, en mayor o menor medida y con mayor o menor fortuna, cuando la actualidad lo requiere, siempre varias veces al día), y sólo *El Periódico de Álava*, en situación eternamente precaria y, a la hora de redactar este texto, en suspensión de pagos,

carece de una edición en el ciberespacio, aunque tenga reservado su propio dominio.

En la Comunidad Foral de Navarra la oferta de diarios se reduce a tres: el decano *Diario de Navarra*, que ha cumplido su primer centenario en 2003; *Diario de Noticias*; y el más reciente, el gratuito *Vivir Pamplona*, aparecido en enero de 2004.

Diario de Noticias, periódico sucesor de *Navarra Hoy* y editado por Zeroa Multimedia, lanzó su primer número impreso el 8 de abril de 1994, coincidiendo por tanto en el tiempo con la aparición de los primeros periódicos norteamericanos en la Web. Sin embargo, no fue hasta las fiestas de San Fermín de 1996, concretamente el 9 de julio, cuando *Diario de Noticias* hizo su estreno en Internet, a través de una web especial sobre las fiestas en la que se reproducían contenidos previamente elaborados para un suplemento impreso y se ofrecía una actualización diaria sobre las incidencias en el encierro matinal. Con ello, se convirtió en el medio navarro pionero en Internet. Tras esa primera y fugaz experiencia, en noviembre de 1996 comenzó ya su publicación regular en la Web. No obstante, por razones de organización interna, sufrió un parón desde finales de 1997 hasta comienzos de 1998, fecha desde la que ha proseguido su publicación diaria ininterrumpida hasta la fecha, de manera íntegramente gratuita y con el dominio www.noticiasde-navarra.com. En el momento de escribir estas líneas, la edición en Internet de *Diario de Noticias* cuenta con un equipo formado por dos redactores y un becario, y ofrece sólo contenidos procedentes de la edición impresa, pues carece de informaciones de última hora.

Diario de Navarra, periódico propiedad de La Información S.A., fue el segundo de los diarios navarros en contar con edición en Internet: vio la luz el 14 de octubre de 1998, con el nombre de *Diariodenavarra.es*. La publicación ha experimentado sucesivas renovaciones generales de su diseño: el primer gran rediseño llegó el 6 de junio de 1999, con una apuesta más decidida por la información de última hora; luego le siguió otro rediseño general el 28 de febrero de 2000, y por último el actual, lanzado el 1 de febrero de 2001. Durante los primeros años *Diariodenavarra.es* se publicó íntegramente gratis, pero en abril de 2002 se convirtió en el primer diario español de información general que optó por cobrar por algunos de sus contenidos, en concreto por los contenidos de la edición impresa, la hemeroteca y las esquelas.

Por último, el periódico gratuito *Vivir Pamplona*, editado al igual que *Diario de Navarra* por La Información S.A., apareció el 19 de enero de 2004 con una periodicidad diaria limitada a los días laborables, de lunes a viernes, y con distribución restringida a la cuenca de Pamplona. En el momento de

escribir este artículo carece de presencia en Internet, razón por la que no ha sido considerado para este estudio.

Si bien es dudoso que los medios establecidos, y en concreto los diarios, sean desde un punto de vista de lenguaje hipertextual los productos más interesantes en la Red, nos hemos decidido por analizar los siete diarios vascos y navarros con presencia en Internet en esta ocasión. Se trata de un universo reducido y controlable, de empresas establecidas y con un público fiel y numeroso. Cuentan también con el valor y el prestigio de la marca. Analizarlos nos permitirá, además, demostrar las diferencias entre versiones impresas y digitales y, sobre todo, el grado de evolución y adaptación de estas últimas a la emergente gramática propia de los cibermedios. Nos encontramos, lo adelantamos a manera de hipótesis, en una etapa de transición. La profesora de la Universidad de Málaga María Ángeles Cabrera distingue cuatro etapas en el ciberperiodismo¹:

- 1) Un modelo facsimilar en, por ejemplo, formato pdf de Acrobat. Fue el modelo que a mediados de la década de 1990 siguieron *Heraldo de Aragón* y *El Periódico de Catalunya*, y que más tarde sustituyeron por sitios web en html. Ese modelo ha renacido en los modelos de pago –y en algunos que aún se mantienen gratuitos– para ofrecer servicios de archivo. Con el problema de que ninguno, por el momento, ofrece posibilidades de búsqueda dentro de eso documentos por los que en algunos casos se cobra.
- 2) Un modelo adaptado. A partir de los documentos producidos para el periódico impreso, mediante sistemas automáticos, semiautomáticos o manuales, se adaptan esos contenidos para el cibermedio. Generalmente, se produce una reducción de los recursos: eliminación o pérdida de calidad de imágenes, eliminación de sumarios y despieces, e incluso, lo que es más sorprendente (es la política que sigue *Ciberpaís*) eliminación de enlaces a URL de documentación que sí pueden aparecer en la versión impresa. En cambio, a veces se ofrecen, en la versión digital, servicios extra: documentación, noticias relacionadas (a veces sin tener en cuenta que la mera yuxtaposición de estructuras hipertextuales no garantiza una macroestructura coherente) y, de forma excepcional, presentaciones multimedia.

¹ Cfr. CABRERA, M^a Ángeles, *La prensa "online". Los periódicos en la WWW*, CIMS, Barcelona, 2000.

- 3) Un modelo digital. Se trata de informaciones pensadas directamente para Internet, no para el medio impreso. Lo cual no quiere decir que incluso estos productos no estén lastrados por una mentalidad impresa, propia de los momentos de transición. Dos son, fundamentalmente, las categorías de estos productos informativos: las noticias de última hora, previstas –en este caso, se les suele dotar de más riqueza estructural– o imprevistas; y los reportajes especiales, que se preparan con más tiempo y que, al contrario de lo que ocurre con los reportajes impresos, no caducan en un solo día, sino que pueden mantenerse en la Red durante más tiempo e incluso servir de apéndice multimedia para enriquecer otras informaciones, a menudo seriadas, de mayor actualidad.
- 4) Un modelo multimedia. Es el concebido para Internet y con todos los recursos de los diferentes lenguajes informativos: texto, sonidos, imágenes fijas o en movimiento, animaciones, programas autoejecutables, etc. Requieren tiempo y memoria, por lo que, salvo las infografías animadas² en lenguaje Flash, archivos que *pesan* relativamente poco, se cuentan aún con los dedos de la mano los productos de este tipo.

La mayoría de los productos que hoy pueden consultarse en los ciberdiarios vascos son adaptados, y muy pocos los digitales; aún menos los multimedia. Corresponde a un momento de transición, técnica y retórica, en que los cibermedios aún se hallan en su niñez.

Nuestro análisis pretende hacer una foto fija de ese momento a partir de varias metodologías, de tipo cuantitativo y también descriptivo y analítico, que nos den un retrato lo más objetivo posible. En primer lugar, hemos evaluado las cinco cabeceras digitales utilizando un método que creemos contrastado, proveniente del campo de la Documentación: el propuesto por el profesor Lluís Codina, de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, en diversos textos (algunos pueden consultarse en su propia página web www.lluiscodina.com) pero sobre todo en el capítulo que él redactó para el *Manual de redacción ciberperiodística*³. Esa metodología mide conceptos como

² Vid. CORES, Rafael, “Shaping hypertext in news: multimedia infographics”, en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 27-46.

³ Vid. CODINA, Lluís, “Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación”, en: DÍAZ NOCI, J., y SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 141-194.

el de autoría y fuente, cantidad y calidad de la información, facilidad de navegación y recuperación de la información, ergonomía y usabilidad, etc. La aplicación del método de Codina nos permite una primera clasificación, creemos que suficientemente objetiva, de los medios, a los que se otorga una puntuación por categorías (se ha procurado que las preguntas sólo puedan ser puntuadas con un 0 o un 1, es decir, ausencia o presencia de la característica predicada) y una puntuación general.

En segundo lugar, hemos tratado de comparar la información ofrecida por cada cibermedio con respecto a su edición impresa, que en muchos casos se reproduce en un modelo fundamentalmente adaptado, con algunas informaciones propiamente digitales. Para ello, hemos aplicado una metodología diseñada por un buen número de investigadores coordinados por el doctor Richard van der Wurff, de la Universidad de Amsterdam, dentro de la acción europea COST A20, de la que formamos parte con otros académicos de otras universidades españolas y de una veintena de países de Europa. Ello nos ha permitido además contrastar los resultados de nuestro estudio con los de los cinco principales ciberdiarios españoles, como se pedía en aquella investigación, y con el total de los más influyentes ciberdiarios europeos.

Finalmente, nos hemos querido referir –aquí ya la metodología no es cuantitativa, sino descriptiva y analítica– a las estructuras hipertextuales empleadas por los ciberdiarios vascos y navarros, a partir del consenso ya alcanzado en la comunidad científica⁴. Puesto que la mayoría de las informaciones del día son meramente lineales, dos únicos nodos unidos sin retorno (el titular y la entradilla de la portada o de la página web de la sección correspondiente, que se vincula a la noticia desarrollada, generalmente tomada de la versión impresa), nos hemos centrado en la sección más propiamente pensada para Internet y menos ligada a la actualidad, por tanto más trabajada: los reportajes especiales. Eso nos permitirá evaluar hasta qué punto las empresas periodísticas analizadas están dando pasos hacia el desarrollo de un lenguaje propiamente hipertextual y ciberperiodístico.

Puesto que en este artículo contamos con los límites lógicos de la extensión recomendada en una revista científica, hemos preferido centrarnos en este texto en los resultados; pero, por no escamotear los pasos de nuestra

⁴ Cfr. CODINA, Lluís, *ibidem*, DÍAZ NOCI, Javier, y SALAVERRÍA, Ramón, “Hipertexto periodístico: teoría y modelos”, *idem*, pp. 81-139; PAUL, Nora, y FIEBICH, Christina, “Elements of digital storytelling: a taxonomy of terms - and a lot of questions”. En: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.). *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 137-150.; TOSCHI, Luca (a cura di), *Il linguaggio dei nuovi media. Web e multimedia: princípe e tecniche delle nuove forme di comunicazione*, Apogeo, Milano, 2001, *passim*.

investigación a la comunidad científica, se acompaña de una página web [<http://www.unav.es/cys/xviii1/ciberdiarios/>] en la que se pueden encontrar todas las evaluaciones y diagramas completos empleados en esta investigación. Creemos que, además de una obligada honestidad, predicamos así con el ejemplo, dentro de nuestras posibilidades, de explorar las potencialidades del lenguaje hipertextual y de la edición digital, y, en este sentido, seguimos los pasos de Robert Darnton, que proponía una interesante teoría de las capas o estratos de la información en su famoso artículo “The new age of book”⁵, teoría aplicada en un doble artículo impreso y digital en la *American Historical Review*⁶, donde exploraba las posibilidades de ambos tipos de edición. También ofrecemos, en esa página web, la posibilidad de abrir un debate, público, acerca de nuestra investigación. Pero, además, damos a quien lo desee la oportunidad de seguir nuestros pasos en la investigación para contrastar los datos y rehacer todo el experimento, requisitos necesarios para el rigor científico.

Este estudio se inscribe dentro del marco más amplio de dos investigaciones, si se quiere, complementarias: la que, al amparo del proyecto del Ministerio de Ciencia y Tecnología sobre *El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*⁷, en el que participan las universidades de País Vasco, Navarra, Santiago de Compostela y Málaga, y la que, sobre *El impacto de Internet en los medios de comunicación en Europa*, se lleva a cabo en el seno de la mencionada acción COST A20⁸, de la Comisión Europea.

2. Evaluación preliminar de los cibermedios vascos y navarros

2.1. Metodología

De forma preliminar, se sometió a los diarios digitales estudiados a una evaluación que arrojase una idea certera y lo más sintética posible acerca de cuáles son, en cada una de las cabeceras, las propiedades más destacadas, desde el punto de vista de esas cabeceras como hiperdocumentos. Para ello,

⁵ DARNTON, Robert, “The new age of book”, *New York Review of Books*, 19 de marzo de 1999.

⁶ DARNTON, Robert, “An early information society: news and the media in eighteenth-century Paris”, *American Historical Review*, vol. 105, nº 1, febrero, 2000, pp. 1-35. [<http://www.indiana.edu/~ahr/darnton/>].

⁷ Las referencias de ese proyecto de investigación coordinado son BSO2002-04206-C04-02 y BSO2002-04206-C04-01.

⁸ Vid. [<http://cost-a20.iscte.pt/>] y [<http://www.unav.es/fcom/newmediaconference/>].

y a pesar de existir algunas otras evaluaciones similares (por ejemplo, la empleada por la empresa Look & Enter para un reportaje publicado en el diario *El País* el domingo 22 de febrero de 2004, sobre las 130 webs de las empresas que en aquel momento cotizaban en Bolsa), nos inclinamos desde un primer momento por la propuesta por el profesor Lluís Codina, de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, método que ha ido desarrollando a lo largo de varios años hasta desembocar en el propuesto en 2003⁹. El método de Codina permite, en un lapso de tiempo razonable, enjuiciar las condiciones de navegabilidad y legibilidad de cada sitio web, aplicando una serie de parámetros específicos y altamente objetivables.

El primer paso es establecer cuál es la URL de cada medio, su cabecera –que no tienen por qué coincidir– la fecha y la hora en que se realizó cada evaluación. La fecha y hora es la misma para todos los cibermedios vascos por un lado, y navarros, por otro, si bien esta no es una condición que, a nuestro entender, modifique profundamente los resultados. Al tratarse de medios en principio empresariales y profesionalizados, se supone que todos cuentan con una estructura de navegabilidad lo suficientemente estable como para que las condiciones apenas varíen mientras el diseño no se altere, cosa que no ha ocurrido en todo el tiempo que duró la investigación.

La evaluación de cada cibermedio, propiamente dicha, se dividió en tres apartados: 1) contenido y acceso a la información, 2) visibilidad o macronavegación, y 3) usabilidad. El primero de estos apartados pretende evaluar la solvencia de la fuente y su autoría, así como la cantidad y calidad de la información y la facilidad de navegación por ella. También la ergonomía del sitio web, es decir, su comodidad y facilidad de utilización.

El segundo apartado (visibilidad o macronavegación) hace referencia a la presencia del cibermedio en el conjunto de Internet. Dentro de él, nos fijamos, siguiendo a Codina, en la luminosidad, o número de enlaces que el sitio web examinado ofrece hacia otras sedes web; y en la ubicuidad, o facilidad que tiene esa sede web de ser encontrada en Internet. Ambos conceptos se desglosan en varios elementos, que incluyen desde la metainformación a la popularidad, o número de veces que se menciona en otras sedes web.

Finalmente, el tercer apartado es el de la usabilidad, es decir, sobre todo lo que Codina denomina “elementos transaccionales” (suscripciones, oferta de participación en foros y *chats*), así como a los errores, adaptabilidad, etc.

⁹ Vid. CODINA, Lluís, “Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación”, en: DÍAZ NOCI, J., y SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 153 y ss.

Cada uno de estos apartados se ha evaluado a partir de varias cuestiones que, generalmente, permitían una respuesta binaria (sí/no, 0/1) que eliminase en lo posible la subjetividad. Sólo en esto nos hemos permitido adaptar la metodología propuesta por Lluís Codina, y ello siempre que ha sido posible desglosar una pregunta múltiple, que permitía evaluar del 0 al 3, en varias preguntas simples con la mera posibilidad de optar por 0 ó 1. La brevedad de este artículo impide extenderse en la explicación de cada apartado y de los puntos o preguntas que lo componen, por lo que nos remitimos a la página web que contiene la documentación relativa a este artículo [<http://www.unav.es/cys/xvii1/ciberdiarios/>] para que quien esté interesado pueda acceder tanto al cuestionario tipo como a la evaluación que empleando éste se hizo de cada medio.

A partir del desglose de esas tres grandes categorías, y de sus diferentes apartados (un total de 51 preguntas), hemos podido evaluar tanto cada sede web en su conjunto, otorgándole una puntuación unitaria, como cada una de esas categorías y de los conceptos que las componen. Esto permite comparar las características de cada cibermedio y, de un solo golpe de vista a una tabla, ver cuáles son los puntos débiles y fuertes de su oferta informativa.

2.2. *Los ciberdiarios vascos*

Dos de los cinco diarios de la CAV analizados –concretamente los pertenecientes a Vocento, *El Correo* y *El Diario Vasco*– demuestran que han sabido adaptarse y experimentar hasta descubrir, en mayor o menor medida, las potencialidades y múltiples posibilidades de Internet.

Ambos han sabido aprovechar las sinergias de sus ediciones tradicionales, sacando partido a las características de la Red para ofrecer una información diferenciada y mayor que la de las ediciones impresas, con actualizaciones constantes –algo que, salvo en el caso de *Deia*, también se produce en el resto de los diarios– multimediática, interactiva e hipertextual.

Tanto *El Correo* como *El Diario Vasco* presentan evidencias de tratarse de dos diarios solventes en relación con el tema de la publicación. Ésta debería ser la situación habitual, sin embargo, en el caso del *Berria* no es así. De hecho, en todos los casos analizados, la responsabilidad y/o los datos sobre la fuente están bien determinados, al igual que la información sobre la propia institución (sede social, responsable de la publicación, etcétera), salvo en el caso del único diario en euskera existente en la CAV. Asimismo, los dos diarios del Grupo Vocento presentan claridad y coherencia entre el tema, los

Medio	Berria	El Correo	Deia	El Diario Vasco	Gara
URL	http://www.berria.info	http://www.elcorreodigital.com	http://www.deia.com	http://www.diariovasco.com	http://www.gara.net
1. CONTENIDO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN	34	42	36	42	36
1.1. Autoría	2	4	4	4	3
1.2. Contenido: cantidad y calidad de la información	11	14	11	14	10
1.3. Acceso a la información: navegación y recuperación de la información	13	17	13	17	15
1.4. Ergonomía	8	7	8	7	8
2. VISIBILIDAD O MACRONAVEGACIÓN	5	13	6	6	10
2.1. Luminosidad	0	4	0	0	1
2.2. Ubicuidad	5	9	6	6	9
3. USABILIDAD	3	8	5	8	3
3.1. Procesos	1	2	1	2	1
3.2. Errores	0	3	2	3	1
3.3. Adaptación	2	3	2	3	1
PUNTUACIÓN TOTAL	42	63	47	56	49

objetivos perseguidos y el público al que se dirigen. Esos tres elementos constituyen un primer indicador de calidad en una publicación.

En todos los ciberdiarios vascos, con alguna que otra salvedad, la navegación es sencilla y cómoda, alejándose de complicaciones que dificultan la lectura de los contenidos, lo que supondría, a buen seguro, el efecto contrario al que se busca. Y es que, en todos ellos, las acciones aparentemente más frecuentes son las más accesibles, existe un buen contraste entre figura y fondo, lo que, unido a una más que adecuada legibilidad, facilita la lectura de la información. Ahora bien, *Gara* es el único diario que presenta una aceptable adecuación del uso de imágenes y sonidos en el recurso, complementando, de esa manera, las informaciones. Por último, la velocidad de descarga de las páginas es fácil y rápida, máxime si tenemos en cuenta los objetivos del recurso y el público destinatario. Si bien los contenidos aparecen, en todos los casos, perfectamente jerarquizados, sí se echa en falta un mapa del sitio web que facilite al usuario la navegación.

Hablando del público destinatario, salvo *Gara*, el resto de los medios cuentan como objetivo “crear comunidad”, posibilitando, a través del medio, las relaciones con y entre sus lectores.

Sólo *El Correo* goza de una excelente luminosidad hipertextual; es decir, incluyen enlaces externos, sobre todo referido a páginas web de servicios, algo que, en mucha menor medida, sólo se da en *Gara*. La razón habría que buscarla en el deseo de añadir utilidad a su publicación. Ahora bien, también conviene destacar que ese número de enlaces externos tampoco es demasiado exagerado, con lo que se evita, de esa manera, convertirse en una invitación a abandonar la publicación y la consiguiente dispersión.

Asimismo, tanto *El Correo* como *Gara* –muy por delante de *El Diario Vasco* y *Deia*– facilitan ser localizados en el contexto de la web. La ubicuidad, (término debido a Ricardo Baeza¹⁰) se compone de diversos elementos como la popularidad o las diversas técnicas tendentes a aumentar su presencia en los motores de búsqueda. Respecto de la popularidad, referida al grado en el cual una web es “citada” –es decir, enlazada– por otras, *El Correo* y *Gara* son los mejor situados.

El empleo de lenguajes y convenciones familiares a los usuarios es adecuado en los casos de *El Correo* y de *El Diario Vasco*; es decir, en ambos casos

¹⁰“Al concepto de estar en la Web y poder ser encontrado y visto lo llamamos ubicuidad”. BAEZA YATES, Ricardo, *Ubicuidad y Usabilidad en la Web*, Depto. de Ciencias de la Computación, Universidad de Chile [http://www.dcc.uchile.cl/~rbaeza/inf/usabilidad.html], 2002.

el manejo de las acciones o transacciones es comprensible para los usuarios. Asimismo, en el caso de estos dos diarios, junto con el *Deia*, es posible deshacer los errores que son atribuibles a los lectores cuando utilizan una web. De hecho, el diseñador ha puesto de su parte los elementos necesarios para minimizar esas consecuencias.

En líneas generales, tanto *El Correo* como *El Diario Vasco*, constituyen, en conjunto, los dos mejores diarios vascos en Internet. Los demás periódicos de la CAV se encuentran aún estancados en una fase más bien experimental en la que aplican viejas fórmulas, dejando, en gran medida, de lado la adaptación a las innovaciones tecnológicas y a las nuevas necesidades de las audiencias. Todos ellos han sabido responder a la posibilidad de distribuir sus contenidos a través de un nuevo canal de comunicación, si bien no han aplicado todas las ventajas que este canal les ofrece, lo que hace necesaria una revisión a fondo.

2.3. Los ciberdiarios navarros

Los dos periódicos navarros analizados –*Diario de Navarra* y *Diario de Noticias*– responden a empresas asentadas en el sector de la comunicación, perfectamente reconocibles. Sus respectivas ediciones en la Red incluyen contenidos acordes en volumen y rigor con lo que se espera de un medio regional. *Diario de Navarra* incluso detallaba en el momento del análisis la identidad de sus periodistas.

Ambas publicaciones ofrecen una hemeroteca, aunque sólo *Diario de Navarra* cuenta con un buscador por palabras clave (servicio de pago). Aunque ofrecen servicios interactivos como foros y *chats*, los ciberdiarios navarros no destacan por aprovechar las posibilidades multimediáticas. Ninguno de los dos incluye animaciones ni vídeos, aunque *Diario de Navarra* ofrece una “radioteca” de sonidos archivados.

La navegación de ambas publicaciones no presenta grandes problemas ni aspectos novedosos. Se basa en el ya clásico menú lateral izquierdo de secciones –apoyado por un menú superior horizontal en el caso de *Diario de Navarra*–, con sus contenidos jerarquizados. De todos modos, se echan en falta otras opciones de navegación: ninguno de los dos cibermedios incluye un mapa del sitio web, ni se puede consultar de manera secuencial.

El diseño gráfico de las dos ediciones es correcto, con una claridad y legibilidad satisfactorias. Su consulta es aceptable desde el punto de vista ergonómico, y la carga de las páginas no es especialmente lenta, algo lógico si se tiene en cuenta que sus contenidos son fundamentalmente textuales.

Medio	Diario de Navarra	Diario de Noticias
URL	http://www.diariode-navarra.es	http://www.noticias-denavarra.com
1. CONTENIDO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN	45	42
1.1. Autoría	5	4
1.2. Contenido: cantidad y calidad de la información	16	16
1.3. Acceso a la información: navegación y recuperación de la información	16	14
1.4. Ergonomía	8	8
2. VISIBILIDAD O MACRONAVEGACIÓN	8	5
2.1. Luminosidad	5	0
2.2. Ubicuidad	3	5
3. USABILIDAD	6	6
3.1. Procesos	2	2
3.2. Errores	2	2
3.3. Adaptación	2	2
PUNTUACIÓN TOTAL	59	53

La luminosidad hipertextual de *Diario de Noticias* es nula: la ausencia de enlaces externos es casi total. En cambio, *Diario de Navarra* incluye ese tipo de vínculos, sobre todo referidos a sitios web de servicios, y presenta una luminosidad correcta. La ausencia de metadatos en ambos cibermedios quizá explique en cierta medida su baja ubicuidad. Podríamos decir que estamos ante medios poco *populares*: no son muchos los sitios web ajenos que incorporan enlaces hacia sus páginas de entrada. Si bien ambas ediciones no ofrecen posibilidad de personalización, su acceso es sencillo y su usabilidad, correcta.

3. Comparación de cada ciberdiario con su edición impresa

3.1. Metodología

Las formas del discurso periodístico en los cibermedios actuales son, en gran medida, herederas de la prensa impresa. En su estadio todavía germinal, los medios digitales han tomado prestados de sus predecesores impresos buena parte de sus géneros y de su estructura editorial. Sin embargo, cuando se cumple apenas la primera década de la aparición de la prensa en Internet, ya se detectan fórmulas específicas en los cibermedios. Por eso, interesa detenerse en analizar hasta qué punto se distinguen ya en la actualidad las ediciones electrónicas de sus hermanas mayores en el mundo impreso.

Precisamente este es el objetivo del proyecto de investigación “European Comparative Content Analysis of Online News Services” que, en el marco de la acción COST A20 de la Comisión Europea, reúne desde 2003 a investigadores de una veintena de países, incluidos los autores de este artículo. Este proyecto, a partir de una muestra sincrónica de cerca de un centenar de medios analizados, pretende identificar las características editoriales de los más destacados ciberdiarios en Europa, y establecer los niveles de especificidad y emancipación que estos han alcanzado respecto de sus matrices impresas. De hecho, este proyecto cuenta ya con unos primeros resultados¹¹, que corresponden a cinco de los países participantes en la investigación: Irlanda¹², Italia¹³, Portugal¹⁴, Eslovenia¹⁵ y Holanda¹⁶.

¹¹ Vid. SALAVERRÍA, Ramón, y SÁDABA, Charo (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 767-888.

¹² Cfr. O’SULLIVAN, John, “Same old news? Properties of print and web news media in Ireland”, en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 769-796.

¹³ Cfr. FORTUNATI, Leopoldina, y SARRICA, Mauro, “Off and On-line newspapers in Italy”, en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 797-822.

¹⁴ Cfr. CARDOSO, Gustavo, PEREIRA NETO, Pedro, y AZEVEDO, Joana, “Online news media in Portugal: how Portuguese online media are building brands”, en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 823-864.

¹⁵ Cfr. OBLAK, Tanja, “Aspects of cyber-textuality: interactivity and hypertextuality of online media”, en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 847-865.

¹⁶ Cfr. VAN DER WURFF, Richard, LAUFF, Edmund, y LANCEE, Bram, “Online news services in The Netherlands”, en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 865-888.

Gracias a la experiencia acumulada en estos trabajos preliminares y tras un período de comprobación metodológica en el que hemos tomado parte todos los investigadores participantes, este proyecto ha desarrollado un cuestionario propio de análisis de contenido que sirve para estudiar y comparar las ediciones digitales e impresas de los diarios. El cuestionario, que en su duodécima versión de enero de 2004 (la vigente, en el momento de realizar este artículo) cuenta con 209 ítems de análisis, permite examinar cuestiones muy diversas en los diarios digitales: sus características multimediáticas, interactivas e hipertextuales; sus usos comerciales; sus peculiaridades tecnológicas; su diseño, formato y géneros redaccionales; la agenda temática para sus noticias, así como sus fuentes; y, por último, el nivel de divergencia de todos estos elementos respecto de su correspondiente edición impresa.

Para la segunda parte de esta investigación, hemos empleado esta metodología del proyecto COST A20 lo que ha dado lugar a unas voluminosas tablas de datos, por cada uno de los diarios vascos y navarros analizados. Una vez más, por razones de economía de espacio, evitamos incluir aquí los datos concretos. No obstante, el lector podrá encontrarlos y verificarlos en la página web de este trabajo, en la que encontrará a su disposición las capturas de pantalla de todos los medios analizados, el cuestionario de análisis empleado y las tablas de resultados.

3.2. *Los ciberdiarios vascos*

La comparación de las ediciones impresas y digitales de los diarios vascos se llevó a cabo a partir de las del día 3 de noviembre de 2003, a las 9 de la mañana y las 8 de la tarde, y ha arrojado las conclusiones generales que exponemos a continuación.

Deia es, de los cinco medios, el que presenta menos diferencias entre ambas ediciones. Las noticias de portada (edición impresa) y de la primera página en Internet son las mismas y redactadas del mismo modo. El desarrollo interior de esas informaciones en las páginas interiores del periódico impreso y en los nodos de desarrollo de la edición en la red son igualmente coincidentes en contenido y extensión. La edición digital no solamente no aporta valor añadido con respecto a la impresa, sino que, en realidad, se trata de un producto más pobre. La página web de *Deia* en Internet no se renueva en todo el día, ninguna noticia se acompaña de fotografías y los ítems estudiados carecen por completo de recursos multimediáticos o interactivos como foros o encuestas.

El resto de los medios presenta diferencias, más o menos acusadas, entre ambos productos. Tanto las dos cabeceras en Internet de Vocento (*El Correo Digital* y *Diariovasco.com*) como los otros dos ciberdiarios estudiados, *Gara* y *Berria*, renuevan sus primeras páginas en Internet a lo largo del día, cuando la actualidad lo requiere. Eso hace que el orden de las informaciones, cuando se trata de las mismas noticias en la edición impresa y en la electrónica, sea diferente. En el caso de los dos primeros medios mencionados el número de informaciones es incluso mayor en la edición digital que en la impresa. En *Gara*, al menos el día analizado, el número de ítems de la portada del diario impreso y de la página inicial del diario digital es idéntico. Prácticamente es también el caso de *Berria*, aunque el día en que se llevó a cabo la evaluación la portada de la edición impresa ofrecía una noticia menos que la edición digital.

El empleo de material gráfico es igualmente distinto según los medios. En *Diariovasco.com* y en *El Correo Digital* todas las noticias de los nodos de desarrollo de la edición electrónica ofrecen una fotografía, tal vez para compensar la considerable longitud de algunos textos, tomada directamente de la versión impresa (o de la que finalmente será impresa al día siguiente, en el caso de informaciones del propio día), cuyas partes no se fraccionan y se vinculan mediante enlaces, tal y como veremos en el apartado dedicado a las estructuras hipertextuales. En el caso de *Gara* y *Berria* no todos los nodos de desarrollo de las informaciones publicadas en la portada de la edición digital ofrecen imágenes. En los cuatro cibermedios vascos el número de imágenes de la portada impresa es muy superior al de la portada de la edición en Internet.

Gara opta por ofrecer, en todas las informaciones de la portada de la edición electrónica, una entradilla, no siempre presente en la edición impresa, lo que indica un cierto esfuerzo de adaptación a la estructuración de informaciones para la Red. El orden de presentación de las informaciones es también diferente en ambas ediciones, como lo es el uso del euskera y el castellano: las noticias que se ofrecen en lengua vasca en una u otra edición no son necesariamente las mismas. *Gara* titula de forma diferentes las informaciones de una y otra edición, cosa que no hacen *Berria* ni los cibermedios de Vocento, aunque estos incluyen subtítulos que no aparecen en la portada de la versión impresa. *Diariovasco.com* y *El Correo Digital* incorporan también cintillos en su portada que no hacen referencia a la sección, sino al tema de la noticia respectiva. En cuanto a las páginas interiores o de desarrollo de los ítems de portada, ambos cibermedios emplean recursos interactivos como foros o encuestas y multimediáticos como galerías de fotos, que *Gara* y *Berria*

no incorporan como hipervínculos en esas informaciones (aunque sí disponen de esos recursos, no se relacionan con las informaciones de portada).

3.3. *Los ciberdiarios navarros*

En esta fase del análisis se han comparado las cinco noticias principales publicadas el martes 20 de enero de 2004 con las respectivas ediciones impresa y electrónica de *Diario de Navarra* y *Diario de Noticias*. En ambos diarios, las ediciones electrónicas analizadas corresponden a las 17:45 horas.

El cibermedio líder en Navarra realiza actualizaciones informativas a lo largo del día, algo que se echa en falta en la edición de *Diario de Noticias* en Internet. Quizá por ello éste no indique la fecha y hora de publicación de cada noticia.

Diario de Navarra presenta mayor variedad de elementos en las portadas de ambas ediciones: titulares, entradillas, resúmenes y llamadas. Por el contrario, entre las cinco noticias más destacadas de *Diario de Noticias* sólo encontramos llamadas y entradillas, tanto para la edición electrónica como para la impresa. Es significativo que ambos medios navarros primen en sus portadas impresas el género de los reportajes (3 de los 5 temas destacados), mientras que en sus páginas de entrada de la edición digital dan paso a noticias (4 de 5).

En general, las portadas impresas ofrecen noticias con mayor apoyo gráfico que las de sus respectivos cibermedios, aunque es *Diario de Noticias* el que más recurre en el papel a las fotografías para ilustrar sus temas destacados en portada. Esta tendencia es aún más clara en el desarrollo de las noticias, en las páginas interiores: en los ejemplares impresos, todas las noticias destacadas en portada incluyen al menos una fotografía. En el caso de las ediciones electrónicas, sólo una noticia de *Diario de Navarra* incluye una imagen en su desarrollo interior. Tampoco hay presencia alguna de contenidos multimediales como infografías, gráficos, animaciones o archivos de sonido.

En cuanto a los temas de las noticias seleccionadas, las dos ediciones de *Diario de Navarra* tratan fundamentalmente asuntos locales y regionales. Las noticias de política son más numerosas en la edición de Internet, seguidas de las de naturaleza, medio ambiente y obras públicas. En cambio, en la edición impresa encontramos más noticias destacadas sobre naturaleza, medio ambiente y ordenación territorial, e incluso de ley y orden, que de política.

Por su parte, *Diario de Noticias* en el día analizado presta mayor atención a las informaciones de ámbito europeo, aunque sigue primando la selección

de noticias locales y regionales, sin que ningún tema aparezca referido por encima de los demás. Asimismo, estas noticias vienen firmadas por periodistas del medio en 8 de los 10 casos. En el caso de *Diario de Navarra*, los artículos de la edición impresa vienen firmados en mayor medida por periodistas del medio, mientras que en la edición electrónica todos proceden de informaciones de agencias. Recordemos que la edición digital se actualiza a lo largo del día.

En cuanto a las fuentes citadas, ninguno de los dos medios utiliza como fuentes externas otros periódicos, revistas, radios, televisiones, u otros cibermedios. Los dos presentan en sus ediciones noticias con información recabada en ruedas de prensa o declaraciones. También recurren a documentación escrita, sobre todo la edición de *Diario de Noticias* en Internet (en 4 de las 5 noticias analizadas).

Diario de Navarra cita como fuente en casi todas las noticias destacadas a algún representante oficial del gobierno o de alguna empresa, y sólo en un caso a personas involucradas pero no representantes. Por el contrario, *Diario de Noticias* cita como fuente a personas involucradas en la noticia en menos de la mitad de los casos analizados; además, normalmente no son representantes oficiales.

Las referencias cruzadas son muy poco comunes. Sólo en un caso del cibermedio *Diario de Noticias* se hace referencia a la correspondiente edición impresa. Sin embargo, las referencias a la misma edición son habituales en *Diario de Navarra*, sobre todo en su edición electrónica, ya que ofrecen enlaces a noticias relacionadas.

Los servicios de valor añadido de las noticias son mejorables en ambos cibermedios. En ningún caso la lectura de las noticias se puede continuar por correo electrónico, si bien *Diario de Noticias* permite reenviar las noticias a terceros a través de este sistema. En cuanto al desarrollo de servicios interactivos a partir de contenidos informativos, *Diario de Navarra* ofrece en la mayoría de sus noticias la posibilidad de envío de comentarios y, en algún caso, incluye una encuesta relacionada. Por lo demás, ninguno de los dos cibermedios informa del correo electrónico del autor de las noticias, ni enlaza con foros de discusión relacionados con ellas.

No se han comparado las noticias coincidentes entre la edición impresa y digital de *Diario de Navarra*, ya que no hay tales coincidencias. Conviene tener en cuenta que la edición impresa analizada es matutina y la edición digital corresponde a las 17:45 horas. La actualización de contenidos a lo largo del día lleva a que no haya coincidencias entre las cinco noticias principales de ambas ediciones.

En cambio, en el caso de *Diario de Noticias* todos los artículos seleccionados de la edición electrónica de la tarde se pueden encontrar asimismo en la edición impresa de esa mañana. Es decir, este diario no llevó a cabo ninguna actualización de contenidos informativos en la portada de su versión digital a lo largo del día. Las dos primeras noticias de la edición impresa son también las dos primeras de la edición en Internet (aunque ésta es de la tarde), pero en orden inverso. La quinta noticia en importancia de la edición impresa se corresponde con la cuarta de la edición en la Red. En los tres casos el texto es exactamente el mismo en ambas ediciones (incluidos los titulares), pero la edición digital prescinde del apoyo gráfico que incorpora la edición en papel. Tampoco aprovecha la posibilidad de incluir enlaces a otros contenidos.

4. Evaluación de las estructuras hipertextuales

4.1. Metodología

En esta parte de la investigación nos hemos preguntado acerca de las estructuras hipertextuales que utilizan los cibermedios vascos y navarros a la hora de construir las informaciones, y hasta qué punto se ha ido avanzando en el tiempo en que el periodismo está presente en Internet, aproximadamente una década. La teoría sobre el hipertexto ha progresado hasta determinar una serie de estructuras típicas¹⁷ que en principio serían de aplicación a las informaciones periodísticas. Éstas se dividen en axiales o reticulares. Dentro de las axiales, las categorías fundamentales son las lineales (unilineales, mejor dicho) y las arbóreas, aunque algunos autores¹⁸ incluyen también las paralelas, que en realidad son estructuras lineales que parten de un nodo inicial único (por tanto, puede considerarse una estructura arbórea que desemboca en varios itinerarios lineales). La combinación entre sí de los diversos nodos de todas las estructuras, incluso las más puramente lineales en

¹⁷ Vid. TOSCHI, Luca (a cura di), *op.cit.*; DÍAZ NOCI, Javier, y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003; CODINA, Lluís, *op. cit.*, 2003, pp. 155-157; POWELL, Thomas A., *Diseño de sitios web*, McGraw-Hill, Madrid, 2001, pp. 100-109; LÓPEZ GARCÍA, Xosé, GAGO MARIÑO, Manuel, y PEREIRA FARIÑA, José, *O novo xornalismo electrónico*, Edicións Lea, Santiago de Compostela, 2000; LÓPEZ GARCÍA, Xosé, GAGO MARIÑO, Manuel, y PEREIRA FARIÑA, José, *Novas tendencias do xornalismo electrónico*, Edicións Lea, Santiago de Compostela, 2002, *passim*.

¹⁸ Cfr. DÍAZ NOCI, J., y SALAVERRÍA, R. (coords.), *op. cit.*

origen, dará como resultado estructuras reticulares. De hecho, comprobaremos que en el análisis de las estructuras objeto de esta investigación se observa una cierta tendencia a la producción de estructuras tendentes a la reticularidad.

Es innegable, sin embargo, que la mayoría de los diarios digitales analizados –como el resto de los medios españoles y buena parte de los mundiales, por otra parte– se limita a proponer noticias que constan de dos nodos vinculados entre sí, sin retorno: un resumen de la noticia que consta de un titular (habitualmente en funciones de hipervínculo), una entradilla o enganche (*teaser*)¹⁹, a veces una fotografía y, en su caso, el pie de foto, que se desarrolla en un nodo que ofrece toda la información completa, desarrollada, y que muy a menudo repite el titular y el primer párrafo utilizado total o parcialmente para esa entradilla o enganche. La bibliografía estadounidense suele centrarse en la redacción de ambos nodos, despreocupándose de estructuras más complicadas²⁰. Esta estructura, la más sencilla –y pobre– de todas las posibles se debe a que la mayor parte de estas informaciones no se redactan específicamente para Internet, sino que se toman de lo que se va a publicar el día siguiente en el medio impreso. Por tanto, podríamos hablar en todo caso de una deconstrucción de un texto previo unilineal en diversas unidades que se enlazan entre sí mediante un hipervínculo.

Ésa es la razón por la que nos hemos decidido por analizar las estructuras hipertextuales de otro tipo de informaciones que sí se han diseñado única y exclusivamente –y, por tanto, es de suponer que originalmente– para el medio digital. Nos estamos refiriendo a los reportajes especiales que prácticamente todos los cibermedios, y desde luego los que estudiamos, ofrecen, y que suponen uno de los valores añadidos con respecto a la edición impresa. Estos productos especiales desarrollan, en ocasiones de forma experimental, la posibilidad de construir un discurso multimediático con informaciones no meramente textuales. La infografía, en concreto, se está desarrollando veloz y eficazmente en Internet, medio que ofrece más posibilidades de interacti-

¹⁹ Cfr. SANDOVAL, María Teresa, “Géneros informativos. La noticia”, en: DÍAZ NOCI, Javier, y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 425-448.

²⁰ Cfr. GARRAND, Timothy, *Writing for multimedia and the Web*, Focal Press, Oxford, 1997 y 2000; RICH, Carole, *Writing for the Web*, [s.e.], [s.l.], [s.d.]. [<http://members.aol.com/crich13/poynter1.html>]; WARD, Mike, *Journalism online.*, Focal Press, Oxford, 2002; WOLK, Roland de. *Introduction to online journalism. Publishing news and information*, Allyn and Bacon, Boston, 2001.

vidad, multimedialidad e hipertextualidad, así como de renovación, que las reducidas dos dimensiones del papel²¹.

Para llevar a cabo este análisis de las estructuras hipertextuales, hemos procedido, en primer lugar, a diseñar el diagrama de flujos (como resultado de un mapa conceptual previo a toda labor intelectual, que a su vez da lugar a un mapa de navegación, relacionados pero distinto de aquél) de cada uno de los items analizados²². En este punto, conviene recordar, con Thomas A. Powell, que los hiperdocumentos poseen una doble estructura lógica y física²³, que no tienen por qué coincidir. La estructura lógica es la más importante para el usuario, y es ésta la que hemos procurado definir en esta investigación, ya que refleja el modo en que se relacionan entre sí los diferentes nodos, mientras que en la estructura física se componen de documentos, en los que en esta ocasión no nos hemos fijado por ser importantes sobre todo por su ubicación en el conjunto del documento.

Por razones nuevamente de espacio, ha sido imposible reproducir esos diagramas de flujo en este artículo, aunque, no obstante, junto con el resto del material producido en esta investigación, se facilita a toda la comunidad científica en el sitio web ya mencionado [<http://www.unav.es/cys/xvii1/ciberdiarios/>]. A partir de ahí, eso nos ha permitido explicar qué tipo de estructuras predominan, y hasta qué punto se trata de estructuras coherentes y eficaces o, en palabras del profesor noruego Martin Engebretsen, coherentes en sus tres vertientes: intranodal, internodal y estructural²⁴. Es lo que, brevemente, procedemos a explicar a continuación.

²¹ Vid. CORES, Rafael, *op. cit.*

²² Cfr. ROVIRA, Cristòfol (a), "Estructuras de navegación para e-learning", *El profesional de la información*, vol. 1, n.º 6, noviembre-diciembre, 2002, pp. 457-466; "Hypertext representation for education and learning", *Interactive Educational Multimedia*, n.º 5, 2002. Vide <http://www.mapasconceptuales.com>.

²³ Cfr. POWELL, Thomas A., *Diseño de sitios web*, McGraw-Hill, Madrid, 2001, p. 98.

²⁴ ENGBRETSSEN, Martin, "Hypernews and coherence" en: CARLSSON, Ulla (ed.). *The 14th Nordic Conference on Media and Communication Research. Kungälv, 14-17 August 1999. Nordicom Review*, vol. 21, n.º 2, noviembre, 2000, pp. 209-226. (Gotemburgo: Nordicom, Göteborg University, También en: *Journal of Digital information*, vol. 1, n.º 7. [<http://jodi.ecs.soton.ac.uk/Articles/v01/i07/Engbretsen/>]); y *Nyheten som hypertext. Tekstuelle aspekter ved møtet mellom en gammel sjanger og ny teknologi*, Norwegian Academic Press, Oslo, 2001.

4.2. Análisis de las estructuras hipertextuales de los medios vascos

La elección del reportaje como objeto de estudio se justifica por su creciente importancia como género hipermediático²⁵. Entre las dificultades del análisis, merece la pena destacar aquellas que hacen referencia, de una parte, al carácter híbrido que adquiere este género en las redes digitales y, de otra, a su tipificación. No en vano, el reportaje hipertextual integra a menudo textos informativos y argumentativos con otros de tipo didáctico, académico, etc.; de la misma forma, la identificación del reportaje varía en función del medio y suele adoptar distintas denominaciones: “dossier”, “especial”, “suplemento especial”, “reportaje”, “temas”, etc. Tal es el caso de los reportajes seleccionados para la muestra y que fueron publicados en portada durante la primera quincena de noviembre de 2003. En ese período, *El Correo Digital* no destacó en su página principal reportaje alguno. En los restantes periódicos el número de reportajes es variable: *Berria* publicó uno, mientras que *Gara* publicó un total de nueve reportajes o dossiers. Por su parte, *Deia* y *Diariovasco.com* ofrecieron cada uno dos “especiales”.

En ninguno de ellos se contempla la existencia de un texto fuente o enganche (*teaser*), a modo de presentación. Así, y atendiendo a los diagramas que representan gráficamente las estructuras de estos reportajes y que se ofrecen en la página web que complementa a este artículo, comprobamos cómo todos ellos coinciden al presentar estructuras que disponen de varias entradas o nodos de inicio, algunos con retorno al menú y que representan cada uno de los apartados en que se divide el reportaje. En el caso concreto de *Gara*, no es frecuente encontrar estas entradas relacionadas, salvo cuando se trata de nodos con imágenes fijas. En estos casos, la relación se establece a partir de enlaces paralelos con retorno y también mediante enlaces de tipo reticular que permiten al usuario que así lo desee, saltar de una imagen a otra sin pasar obligatoriamente por todas. Los restantes nodos de entrada se refieren a documentos externos con estructuras propias y formatos pdf, aunque también resulta habitual encontrar entradas que conducen al usuario a estructuras previas o páginas con noticias ya publicadas en el medio y relacionadas con el tema. Se produce así una superestructura por acumulación o yuxtaposición, lo cual no garantiza, desde luego, que la estructura resultante de la unión de varias estructuras previas guarde una total coherencia.

²⁵ Vid. LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, “Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica”, en: DÍAZ NOCI, J.; SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 449-494, *passim*.

Los reportajes de *Gara* analizados presentan algunas excepciones a la norma general de no profundizar más allá del primer nivel, en lo que constituye la estructura típica (nivel 0, de presentación, compuesto por un nodo inicial + nivel 1, compuesto generalmente por otro único nodo), en las que el nodo inicial da acceso a estructuras lineales con retornos o sin ellos. En otros casos, en cambio, se trata de estructuras arbóreas multilineales, con un único nodo que da lugar a varias alternativas lineales paralelas.

La estructura del reportaje en *Berria* sigue esta línea llegando a ser, incluso, más sencilla hipertextualmente, pues toda la información recogida se presenta en una única capa de profundidad. En total, son cuarenta documentos, alguno de ellos en formato pdf, los que aparecen representados en una estructura de nodos paralelos que no ofrecen retorno al menú principal, ni accesos entre ellos. Como ya veíamos en el caso de *Gara*, aquí también las imágenes fijas (fotografías) constituyen una excepción interesante, al relacionar a modo de galería –un género cada vez más utilizado por los ciberdiarios– todos los nodos con todos mediante una estructura de tipo reticular.

Los reportajes de *Deia* analizados presentan también estructuras hipertextuales con múltiples entradas, que suponen un primer nivel de profundización. A partir de aquí, algunas de estas entradas ofrecen la posibilidad de continuar profundizando en el contenido del reportaje mediante el acceso a estructuras lineales básicas y otras de tipo arbóreo multilineal de las cuales tan sólo una posee enlaces paralelos sin retorno. Cada una de estas estructuras deviene reticular ya que no sólo permite el acceso a su nodo inicial desde cualquiera de los otros nodos, sino que también ofrece la posibilidad de enlace con otras entradas, lo que viene a significar que es posible acceder al menú principal desde todas y cada una de las secciones en que se organiza el contenido del reportaje.

Por su parte, la estructuración de los reportajes aparecidos en el *Diariovasco.com*, decano de los cibermedios vascos, presenta también una entrada múltiple y, en determinados casos, son dos o más los accesos que dan paso a esas entradas. Al igual que ocurría en los reportajes anteriormente descritos, aquí también el segundo nivel aparece representado por estructuras lineales y arbóreas multilineales, cuyos nodos pueden permitir el retorno al inicio. Asimismo, se posibilita el acceso entre secciones, lo que, como ya veíamos, da lugar a estructuras reticulares.

De lo expuesto hasta ahora se deduce que las estructuras hipertextuales analizadas se alejan de la narración (uni)lineal para dar paso a una narración multisequencial que da como resultado un mayor aprovechamiento de las posibilidades que ofrece el hipertexto. Esto se refleja en el uso que se hace del

hipertexto, como modo de asociación que permite relacionar noticias de un mismo asunto y enriquecer el texto con documentación complementaria. En este sentido, buena parte de las estructuras analizadas dan acceso a enlaces externos que funcionan como fuentes complementarias y, en algunos casos, también primarias. La inclusión de documentos en formato pdf o el acceso a noticias ya publicadas por el medio contribuye a la idea del hipertexto como herramienta eficaz a la hora de contextualizar la actualidad y ofrecer un tratamiento más completo de ella. Pese a todo, resulta complicado hablar de estructuras hipermediáticas, puesto que nos encontramos con reportajes basados fundamentalmente en el texto escrito, y donde la presencia de otro tipo de informaciones multimediáticas se reduce a la inclusión de imágenes fijas, básicamente fotografías y mapas. Respecto de las imágenes en movimiento, concretamente gráficos interactivos, sólo se encuentran en el especial que *Diariovasco.com* dedica al primer aniversario de la catástrofe del *Prestige*.

4.3. Análisis de las estructuras hipertextuales de los medios navarros

En el momento de realizar este análisis, los cibermedios navarros no destacan por presentar un alto número de reportajes “especiales”. *Diario de Noticias* ofrece en su menú principal la sección “Especiales”, pero durante meses la oferta se ha limitado a los tres mismos reportajes. *Diario de Navarra* ni siquiera tiene en su web una sección específica para este tipo de contenidos, aunque podemos encontrarlos salpicados por otras secciones, especialmente en el área de “Canales”.

Diario de Noticias lanzó el 11 de septiembre de 2002 un especial tipo resumen de los hechos sucedidos a raíz de los atentados perpetrados en Estados Unidos exactamente un año antes. A partir de un nodo de entrada (portada, nivel 0) compuesto por un breve texto y fotografías, se da paso a los contenidos del especial a través de un menú con ocho enlaces. Este menú se mantiene constante en el lateral izquierdo de cada uno de los nodos internos (nivel 1), por lo que nos encontramos ante una estructura de hipertexto reticular: desde cualquier nodo del especial se puede llegar a cualquier otro. Dentro de cada uno de los nodos internos se ofrecen contenidos textuales e imágenes estáticas. En muchos casos cada uno de esos nodos incluye varias unidades informativas completas (perfiles, entrevistas, análisis, etc.), pero se organizan por acumulación, sin recurrir a enlaces internos dentro del nodo para facilitar su lectura.

Con motivo de la celebración de su centenario (1903-2003), *Diario de Navarra* lanzó en Internet un voluminoso especial sobre su historia y la de los medios en Navarra. De nuevo, a partir de un nodo inicial que hace las funciones de portada (nivel 0) se puede acceder a 9 nodos diferentes que configuran el menú principal. En los nodos interiores (nivel 1), el menú de las 9 secciones principales se convierte en un menú horizontal exclusivamente gráfico situado en el friso superior. No obstante, al situar el cursor sobre cada uno de los iconos aparece a la derecha el texto indicativo de la sección correspondiente.

A su vez, cada uno de los 9 nodos principales –excepto uno– da paso a otros nodos en un nivel inferior (nivel 2). Incluso uno de ellos da paso a 30 nodos a través de un submenú cronológico, aunque es una excepción: la mayoría da paso a menor número de “páginas”. Como se puede apreciar, la estructura del primer nivel –el de los 9 nodos principales, nivel 1– es reticular, pero en el momento en que descendemos al siguiente nivel de profundidad –a los nodos que parten de cada uno de los principales– nos encontramos con estructuras arbóreas irregulares, ya que no hay pauta establecida: cada zona del especial se desarrolla de forma diferente. Así, en los niveles hipertextuales profundos llegamos a encontrar en ocasiones pequeñas estructuras lineales y, otras veces, reticulares.

En los diagramas de flujos incluidos en la página web que complementa a este artículo, se observa que la complejidad del especial sobre el centenario de *Diario de Navarra* es mucho mayor por la presencia de varios niveles de profundidad, cada uno de ellos desarrollado de forma diferente. En los niveles básicos (0 y 1), los cibermedios navarros adoptan estructuras reticulares muy similares, sencillas. Pero en el momento en que el volumen de contenidos obliga a despiezar la información, *Diario de Navarra* (cuyo especial tiene objetivamente un volumen de contenidos muy superior al del *Diario de Noticias*) opta por crear multitud de nodos en diferentes niveles, mientras que *Diario de Noticias* añade contenidos a los nodos ya existentes en el primer nivel, aumentando así la extensión de estos nodos. La estructura final del especial sobre el 11-S de *Diario de Noticias* es entonces mucho más simple, pero la lectura de cada uno de sus nodos puede ser más pesada.

5. Conclusiones

Para esta investigación hemos empleado tres métodos complementarios de análisis de cibermedios. Vistos en conjunto, los resultados de estas tres

metodologías arrojan resultados homologables y coherentes entre sí. Esta complementariedad permite llevar a cabo el objetivo de este artículo de identificar y evaluar las características de los cibermedios vascos y navarros.

Al describir los resultados parciales derivados de cada uno de los tres métodos de análisis ya se han avanzado diversas conclusiones parciales. Sin embargo, también pueden obtenerse algunas conclusiones generales, que mencionaremos a continuación, respecto del conjunto de los cibermedios estudiados en las dos comunidades.

Lo primero que cabe concluir es que los medios en estas dos comunidades presentan un desarrollo editorial dispar: mientras que algunos medios muestran un considerable aprovechamiento de las posibilidades hipertextuales, multimediáticas e interactivas, otros, por el contrario, se encuentran todavía en un nivel de desarrollo bastante básico. La disparidad se refleja, muy especialmente, en el distinto grado de renovación informativa en cada ciberdiario. Las cabeceras más avanzadas actualizan regularmente sus informaciones a lo largo de la jornada; las más modestas, por el contrario, se limitan a renovar sus contenidos sólo una vez al día, al compás de su edición impresa. La inclusión de foros, encuestas, buscadores y cualquier tipo de recursos interactivos es otra de las características que distingue a los medios punteros frente a los más rezagados.

Siguiendo la terminología mencionada al principio de este artículo, cabe concluir por tanto que los cibermedios vascos y navarros más desarrollados se ajustan a comienzos de 2004 al “modelo digital”, frente a los menos avanzados, que todavía se encuentran en el estadio caracterizado como “modelo adaptado”. No hay ningún ciberdiario vasco o navarro que responda al más básico “modelo facsimilar”, pero tampoco existe ninguno que quepa designar como “modelo multimedia”, el más avanzado.

Esta disparidad de desarrollo entre unos cibermedios y otros tiene su correlato en las ediciones impresas. Aquellos diarios que, en su versión impresa, gozan de mayor solidez empresarial y de más altas cifras de difusión, son igualmente los que alcanzan mayor grado de desarrollo en Internet. La hegemonía en el mercado impreso, que tiende a emparejar como es natural una mejor situación financiera de la empresa editora, resulta por tanto una condición que contribuye a un mayor desarrollo de su correspondiente edición en Internet. La veteranía en la presencia en Internet no es, por el contrario, un elemento clave: los dos diarios más veteranos en las comunidades vasca y navarra –*El Diario Vasco* y *Diario de Noticias*, respectivamente– no han obtenido las máximas puntuaciones en sus territorios, si bien ambos diarios cuentan con un considerable nivel de desarrollo en Internet.

Otra característica común a los ciberdiarios vascos y navarros es un aprovechamiento modesto de las posibilidades hipertextuales de la red. Son franca minoría los medios que recurren a los enlaces como recurso documental en las informaciones. Mucho más excepcional todavía es encontrar en esos cibermedios contenidos informativos elaborados de manera hipertextual, es decir, mediante una distribución estructurada de nodos. De hecho, este tipo de elaboración hipertextual se reserva casi exclusivamente para reportajes especiales como los que se han analizado en la tercera parte de este trabajo. Es de destacar, en este sentido, que frente al olvido general de las posibilidades hipertextuales en la gran mayoría de las informaciones, en esos reportajes especiales se localizan productos que recurren a estructuras hipertextuales axiales y reticulares muy complejas. Estos productos alcanzan en ocasiones tal grado de complejidad que su navegación por parte de los lectores se torna a menudo complicada.

Bibliografía citada

- BAEZA YATES, Ricardo, *Ubicuidad y Usabilidad en la Web*, Depto. de Ciencias de la Computación, Universidad de Chile [http://www.dcc.uchile.cl/~rbaeza/inf/usabilidad.html], 2002.
- CABRERA, M^a Ángeles, *La prensa "online". Los periódicos en la WWW*, CIMS, Barcelona, 2000.
- CARDOSO, Gustavo, PEREIRA NETO, Pedro, y AZEVEDO, Joana, "Online news media in Portugal: how Portuguese online media are building brands", en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 823-864.
- CODINA, Lluís, "Información documental e informació digital", en: LÓPEZ YEPES, J. (coord.), *Manual de Ciencias de la Documentación*, Pirámide, Madrid, 2002, pp. 301-316.
- CODINA, Lluís, "Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación", en: DÍAZ NOCI, J., y SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 141-194.
- CORES, Rafael, "Shaping hypertext in news: multimedia infographics", en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 27-46.
- DARNTON, Robert, "The new age of book", *New York Review of Books*, 19 de marzo de 1999.
- DARNTON, Robert, "An early information society: news and the media in eighteenth-century Paris", *American Historical Review*, vol. 105, n^o 1, febrero, 2000, pp. 1-35. [http://www.indiana.edu/~ahr/darnton].
- DÍAZ NOCI, Javier, y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003.
- DÍAZ NOCI, Javier, GAGO, Manuel, LÓPEZ, Xosé, MESO, Koldo, PEREIRA, Xosé, y SALAVERRÍA, Ramón, "New trends in content and design at the Spanish cybermedia", en: SALAVERRÍA, R.; SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 47-62.
- ENGBRETSSEN, Martin, "Hypernews and coherence" en: CARLSSON, Ulla (ed.), *The 14th Nordic Conference on Media and Communication Research. Kungälv, 14-17 August 1999*. *Nordicom Review*, vol. 21, n^o 2, noviembre, 2000, pp. 209-226. (Gotemburgo: Nordicom, Göteborg University, También en: *Journal of Digital information*, vol. 1, n^o 7. [http://jodi.ecs.soton.ac.uk/Articles/v01/i07/Engbretsen/]).
- ENGBRETSSEN, Martin, *Nyheten som hypertekst. Tekstuelle aspekter ved møtet mellom en gammel sjanger og ny teknologi*, Norwegian Academic Press, Oslo, 2001.
- FORTUNATI, Leopoldina, y SARRICA, Mauro, "Off and On-line newspapers in Italy", en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 797-822.
- GARRAND, Timothy, *Writing for multimedia and the Web*, Focal Press, Oxford, 1997 y 2000.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, "Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica", en: DÍAZ NOCI, J., y SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 449-494.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé, GAGO MARINO, Manuel, y PEREIRA FARIÑA, José. *Novas tendencias do xornalismo electrónico*, Edicións Lea, Santiago de Compostela, 2002.
- O'SULLIVAN, John, "Same old news? Properties of print and web news media in Ireland", en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 769-796.
- OBLAK, Tanja, "Aspects of cyber-textuality: interactivity and hypertextuality of online media", en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.). *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunat, Pamplona, 2003, pp. 847-865.

- PAUL, Nora; FIEBICH, Christina, "Elements of digital storytelling: a taxonomy of terms - and a lot of questions". En: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.). *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 137-150.
- POWELL, Thomas A., *Diseño de sitios web*, McGraw-Hill, Madrid, 2001.
- RICH, Carole, *Writing for the Web*, [s.e.], [s.l.], [s.d.]. [<http://members.aol.com/crich13/poynter1.html>].
- ROVIRA, Cristòfol (a), "Estructuras de navegación para e-learning", *El profesional de la información*, vol. 1, n° 6, noviembre-diciembre, 2002, pp. 457-466.
- ROVIRA, Cristòfol (b), "Hypertext representation for education and learning", *Interactive Educational Multimedia*, n° 5, 2002.
- SANDOVAL, María Teresa, "Géneros informativos. La noticia", en: DÍAZ NOCI, Javier, y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 425-448.
- TOSCHI, Luca (a cura di), *Il linguaggio dei nuovi media. Web e multimedia: princi-pe e tecniche delle nuove forme di comunicazione*, Apogeo, Milano, 2001.
- VAN DER WURFF, Richard, LAUFF, Edmund, y LANCEE, Bram, "Online news services in The Netherlands", en: SALAVERRÍA, R., y SÁDABA, Ch. (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Eunate, Pamplona, 2003, pp. 865-888.
- WARD, Mike, *Journalism online*, Focal Press, Oxford, 2002.
- WOLK, Roland de. *Introduction to online journalism. Publishing news and information*, Allyn and Bacon, Boston, 2001.

Copyright of *Comunicacion y Sociedad* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.