



**Universidad Nacional de La Plata**  
**Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación**  
**Departamento de Bibliotecología**

**Análisis de los servicios de recuperación de información de diarios  
digitales argentinos: *Clarín, La Nación, La Voz, La Capital* de Rosario, *El  
Día de La Plata* y *El Sol* (2017)**

-Tesina para optar al título de Licenciada en Bibliotecología-

Alumna: Adriana Cecilia Santoro (Leg: 59438/8)

Directora: Cecilia Rozemblum

Ensenada, diciembre de 2018

## **Resumen**

El objetivo del presente trabajo fue identificar los servicios de búsqueda, recuperación y visualización de seis diarios digitales argentinos de distinto alcance territorial: *Clarín*, *La Nación*, *La Voz*, de Córdoba, *La Capital*, de Rosario, *El Día*, de La Plata y *El Sol*, de Quilmes. Para ello, se adoptó un diseño de investigación no experimental, bajo un enfoque mixto de alcance descriptivo.

Las piezas digitales seleccionadas se analizaron de acuerdo a la presencia o ausencia de 12 indicadores de buscabilidad propuestos por diversos especialistas en medios digitales. El modelo de análisis incluyó indicadores tales como buscador simple, buscador avanzado, mapa web, menú o índice temático, entre otros.

Los resultados encontrados dan cuenta del interés de los diarios digitales en que sus usuarios accedan de forma temática a la información, lo que se evidencia por la elevada presencia del buscador simple y del índice temático, lo mismo que por una baja implementación del buscador avanzado.

Por otra parte, la diversidad y cantidad de herramientas disponibles en dichos portales de noticias no debe asociarse con un alto índice de buscabilidad. Así, por ejemplo, algunas opciones de búsqueda no están en lugares visibles o si lo están, son desconocidas por la mayoría de los lectores, como sucede con el canal RSS, todo lo cual condiciona la recuperación de la información.

### **Palabras clave:**

Diarios digitales, Recuperación de la información, Web 2.0.

### **Abstract**

The objective of the present work was to identify the search, recovery and visualization services of six Argentinian digital newspapers of different territorial scope: *Clarín*, *La Nación*, *La Voz*, of Córdoba, *La Capital*, of Rosario, *El Día*, of La Plata and *El Sol*, of Quilmes. For this, a non-experimental research design was adopted, under a mixed approach of descriptive scope. The selected digital pieces were analyzed according to the presence or absence of 12 indicators of search ability

proposed by various specialists in digital media. The analysis model included indicators such as simple search engine, advanced search engine, web map, menu or thematic index, among others. The results show the interest of digital newspapers in that their users access information thematically, which is evidenced by the high presence of the simple search engine and the thematic index, as well as by a low implementation of the advanced search engine. On the other hand, the diversity and quantity of tools available in these news portals should not be associated with a high index of searchability. Thus, for example, some search options are not in visible places or if they are, they are unknown to most readers, as is the case with the RSS feed, all of which conditions the recovery of information.

### **Keywords**

Digital Newspapers, Information Retrieval, Web 2.0.

## **Dedicatoria**

A mi familia

A Amalia

A mis compañeros de la Biblioteca "Joaquín V. González"

## Tabla de contenido

Indice de figuras.....	6
Indice de tablas.....	8
Indice de gráficos.....	8
1. Introducción.....	9
2. Objetivos.....	11
3. Antecedentes.....	12
4. Marco conceptual.....	17
4.1 La prensa en la era de Internet.....	17
4.1.1 El diario digital como medio de comunicación.....	18
4.1.2 Breve descripción de la evolución de la prensa digital.....	19
4.1.3. Ventajas de la prensa digital respecto de la tradicional o impresa.....	24
4.2 La Web 2.0 y la cultura digital.....	25
4.2.1 Las TICs como herramientas de comunicación en el contexto actual.....	25
4.2.2 La sociedad de la información como categoría de análisis comunicacional .....	26
4.2.3 La Web 2.0 y los nuevos hábitos de lectura.....	29
4.3 El rol del bibliotecario en la recuperación de la información.....	31
4.3.1 Modelos de recuperación de la información.....	31
4.3.2 Elementos de consulta, recuperación y visualización de la información en los diarios digitales.....	34
4.3.3 Evaluación de la usabilidad y accesibilidad de los sitios Web de los diarios digitales.....	35
4.3.4. El bibliotecario y la recuperación de la información.....	38
5. Metodología.....	39
6. Resultados.....	45
6.1 Análisis cuantitativo.....	46
6.2 Análisis cualitativo.....	50
7. Conclusiones.....	69
8. Bibliografía.....	74
9. Anexo.....	81

## Indice de figuras

Figura 1. Modelo global de RI.....	34
Figura 2. Buscador simple por fecha del diario <i>El Sol</i> .....	51
Figura 3. Buscador avanzado del diario <i>El Día</i> .....	51
Figura 4. Canal RSS del diario <i>La Voz</i> .....	52
Figura 5. Canal RSS del diario <i>La Nación</i> .....	53
Figura 6. Canal RSS del diario <i>El Día</i> .....	53
Figura 7. Archivo del diario <i>La Voz</i> .....	54
Figura 8. Archivo del diario <i>La Nación</i> .....	55
Figura 9. Archivo del diario <i>La Capital</i> .....	55
Figura 10. Archivo del diario <i>Clarín</i> .....	56
Figura 11. Archivo del diario <i>El Día</i> .....	57
Figura 12. Mapa web del diario <i>La Nación</i> .....	57
Figura 13. Menú o índice temático del diario <i>Clarín</i> .....	58
Figura 14. Menú o índice temático del diario <i>El Día</i> .....	58
Figura 15. Menú o índice temático del diario <i>El Sol</i> .....	58
Figura 16. Menú o índice temático del diario <i>La Capital</i> .....	58
Figura 17. Menú o índice temático del diario <i>La Nación</i> .....	58
Figura 18. Menú o índice temático del diario <i>La Voz</i> .....	59
Figura 19. Página de resultados del diario <i>El Día</i> .....	60
Figura 20. Parámetros de ordenamiento de resultados del diario <i>El Día</i> .....	60
Figura 21. Página de resultados y filtros del diario <i>La Nación</i> .....	61
Figura 22. Noticias de Uruguay del diario <i>La Capital</i> .....	61
Figura 23. Versión en portugués del diario <i>Clarín</i> .....	62
Figura 24. Suplemento internacional del diario <i>Clarín</i> .....	62
Figura 25. Noticias actualizadas por hora en el diario <i>La Nación</i> .....	63
Figura 26. Noticias más leídas y más comentadas del diario <i>El Día</i> .....	63
Figura 27. Noticias más vistas del diario <i>La Voz</i> .....	64
Figura 28. Noticias más leídas del diario <i>La Capital</i> .....	64
Figura 29. Noticias más leídas del diario <i>Clarín</i> .....	65
Figura 30. Noticias relacionadas a la noticia principal en el diario <i>La Capital</i> .....	66
Figura 31. Enlaces a noticias de temática similar en el diario <i>La Nación</i> .....	66
Figura 32. Noticias relacionadas a la noticia principal en el diario <i>El Día</i> .....	67
Figura 33. Noticias relacionadas del diario <i>La Voz</i> .....	67

Figura 34. Noticias relacionadas del diario *Clarín*.....68  
Figura 35. Suscripción a Newsletter del diario *La Nación*.....68  
Figura 36. Newsletters del diario *Clarín*.....69

## **Indice de tablas**

Tabla 1. Reglas básicas y generales de usabilidad.....	36
Tabla 2. Medios analizados.....	41
Tabla 3. Operacionalización de la variable en estudio.....	42
Tabla 4. Presencia o ausencia de los indicadores de buscabilidad en diversos diarios digitales de la República Argentina (Enero de 2017).....	46
Tabla 5. Grilla de observación de ciber-medios periodísticos.....	81
Tabla 6. Diario Clarín (Fecha de consulta: 16/01/17).....	83
Tabla 7. Diario La Nación (Fecha de consulta: 16/01/17).....	85
Tabla 8. Diario La Voz (Fecha de consulta: 17/01/17).....	87
Tabla 9. Diario La Capital (Fecha de consulta: 17/01/17).....	89
Tabla 10. Diario El Día (Fecha de consulta: 18/01/17).....	91
Tabla 11. Diario El Sol (Fecha de consulta: 18/01/17).....	93

## **Indice de gráficos**

Gráfico 1. Total de indicadores de buscabilidad existentes en diversos diarios digitales argentinos (Enero de 2017).....	47
Gráfico 2. Prevalencia de los indicadores de buscabilidad en los diarios analizados (Enero de 2017).....	48



## 1. Introducción

Los diarios representan uno de los recursos de información más utilizados tanto por el público especializado como por el lector común debido a la profusión de noticias que en ellos se publican en relación a una variedad significativa de áreas temáticas: política, historia, cultura, deportes, tecnología, economía, sociedad, policiales y espectáculo, por mencionar sólo algunas de las más importantes y consultadas.

En función del tipo de soporte empleado en su elaboración, este medio de comunicación reviste una doble modalidad: la edición impresa y la edición digital. La existencia de esta última proclama abiertamente el triunfo de la cultura 2.0 y el auge de la sociedad de la información, en vista de la cual la prensa escrita no podía sino adaptarse al nuevo paradigma de comunicación o perecer en el intento. De hecho, desde la aparición del *Daily Telegraph* en 1994 -el primer diario en Internet- los diarios digitales han evolucionado constantemente, acompañando los avances tecnológicos experimentados por la Web (Arquero Avilés, 2005).

En efecto, si se comparan las primeras ediciones de diarios digitales a mediados de los noventa -que solo volcaban la información de la edición impresa- con las ediciones de la Web 2.0, que permiten actualizar frecuentemente la información, ofrecen contenidos multimedia y servicios donde los lectores pueden interactuar, se puede comprobar el dinamismo y la pujanza del sector de la información periodística digital (Guallar, 2012).

Lo anterior no anula el hecho de que los diarios digitales existentes aún pueden mejorar, adecuándose a las cambiantes reglas de juego que impone el entorno virtual. Los diarios digitales deben satisfacer las expectativas cada día más exigentes de sus lectores. Tal como señala Marcos Recio (2014), el lector busca información útil, de calidad y con datos que le permitan reflexionar y forjar una visión personal del mundo y de sus protagonistas para poder compartirla con otras personas.

En este contexto es que deben analizarse las condiciones de publicación y recuperación de la información por parte de los lectores. En este sentido, uno de los problemas que rápidamente aparecen es que el nutrido número de fuentes en línea -accesibles a través de una variedad importante de dispositivos- genera una

abundante cantidad de información que sobrepasa la posibilidad de un abordaje crítico y responsable.

Aún más, el aumento de la cantidad de información, en todos los idiomas y de todas las épocas, sumado a la diversidad de perfiles de usuarios interesados en contenidos variados, crean algunas dificultades para la localización de la información. (Guallar, Abadal y Codina, 2013). En ocasiones, la tendencia de muchos sitios Web hacia la simplificación de sus sistemas de búsqueda para facilitar el proceso al usuario medio -por ejemplo, haciendo desaparecer las opciones de búsqueda avanzada o los operadores booleanos- ha supuesto, desde el punto de vista del uso profesional, un empobrecimiento y retroceso.

Los diagnósticos efectuados sobre esta problemática son discrepantes. Así, para Castillo y Cueva (2007) los problemas asociados a la recuperación de la información periodística de calidad y pertinente, se relacionan a la escasez de instrumentos de control terminológico en el tratamiento documental de la información de actualidad.

En cambio, para Rubio Lacoba (2010) las dificultades se encuentran relacionadas con el uso deficiente por parte de los usuarios: el usuario medio emplea 1.3 palabras en búsqueda libre, desconoce el funcionamiento de la búsqueda avanzada y no se interesa por nada que no aparezca en la primera página de resultados.

Por otra parte, una breve investigación exploratoria permite constatar que portales de conocidos diarios del mundo, principalmente de Europa y Estados Unidos, presentan mayores opciones que los portales de América Latina en relación a la búsqueda de información on-line, además de tener un diseño más atractivo, dinámico e intuitivo lo que se denomina usabilidad.

Ante esta realidad, se considera valioso hacer una investigación sobre el funcionamiento de los diarios digitales del medio local en relación al proceso de búsqueda y recuperación de la información. Para ello, en la presente investigación se propone escoger seis periódicos digitales argentinos de diverso alcance territorial: dos medios nacionales -*Clarín* y *La Nación*-, dos provinciales -*La Voz*, de Córdoba, y *La Capital*, de Rosario- y dos locales -*El Día*, de La Plata, y *El Sol*, de Quilmes-. De esta manera, la muestra seleccionada incluye prensa general, nacional, regional, local y gratuita.

Desde un punto de vista metodológico, el modelo de análisis empleado corresponde a los sistemas de análisis de productos o servicios de recuperación de información basados en los indicadores propuestos tanto por Martínez-Rubio (2008) como por Linares, Codina y Pedraza (2015).

Este trabajo refuerza la idea de que el estudio de los recursos digitales es una función propia de la Documentación y de las Ciencias de la Información por disponer de criterios para identificar, seleccionar, caracterizar y discriminar recursos valiosos de aquellos que carecen de rigor o son abiertamente fraudulentos. (Linares, Codina y Pedraza, 2015).

Además de ofrecer información confiable, los bibliotecarios deben recuperar exitosamente información actual o retrospectiva bajo cualquier formato, no solamente en soporte papel. Así, pues, debe también estar en condiciones de encontrar fotografías, videos, y otros objetos audiovisuales que ofrecen los medios de comunicación digitales para satisfacer la demanda de los lectores del mundo globalizado.

## **2. Objetivos**

### **Objetivo general:**

- Analizar las condiciones y modalidades de búsqueda, visualización y recuperación de la información que ofrecen a sus lectores los diarios digitales argentinos de cobertura local, regional y nacional seleccionados para esta investigación.

### **Objetivos específicos:**

- Establecer una clasificación de servicios y herramientas de búsqueda óptimas que sirva para analizar los diarios digitales en general.
- Describir los servicios y herramientas para la búsqueda de información que presentan los diarios digitales de distinto alcance territorial.
- Evaluar la modalidad de presentación de los resultados de búsqueda en los diarios digitales estudiados.

- Determinar si los diarios digitales seleccionados ofrecen las herramientas necesarias para satisfacer las necesidades de búsqueda de información de sus usuarios tales como buscadores simples y avanzados, archivo, mapa web, menú o índice temático y actualización de noticias en el transcurso del día.

### **3. Antecedentes**

La mayor parte de la literatura sobre diarios digitales procede de disciplinas como el Periodismo, la Comunicación Social y la Bibliotecología. En esta sección se realizará una revisión bibliográfica sobre el análisis de los servicios de búsqueda de información en diferentes diarios digitales durante las últimas dos décadas, tanto del ámbito local como internacional. A continuación se exponen los trabajos seleccionados según orden cronológico de publicación.

En España Martínez-Rubio (2008, 2010) indagó distintos aspectos relacionados con la estructura y características de la información presentada por algunos diarios digitales valencianos y andaluces, así como el grado de accesibilidad a la misma. Se propuso examinar la ausencia o presencia de cinco herramientas significativas en la recuperación de la información: buscador interno, canales rss, hemeroteca o archivo, mapa de la Web y menú o índice temático.

Tras los estudios realizados, el autor observó que el grupo de periódicos valencianos no poseía la suficiente cantidad de herramientas de búsqueda y recuperación de información. Algunos de ellos no incluían hemeroteca<sup>1</sup>, lo que hace que el contenido se pierda una vez que se ha actualizado. Los buscadores internos centraban su recuperación en los formatos textuales, dejando al margen gráficos y otros formatos no textuales. Sólo tres medios tenían buscadores específicos de imagen y/o multimedia. Asimismo, consigna que el grado de diseño, actualización, accesibilidad, localización, búsqueda y recuperación de contenidos debían mejorar cuantitativa y cualitativamente.

---

<sup>1</sup> Según los criterios de López Carreño (2003) y Guallar (2012) la hemeroteca es un servicio o sistema de acceso a la información retrospectiva de los diarios digitales conocido también con la denominación de archivo.

En cuanto al grupo de periódicos andaluces, los resultados obtenidos indicaron que si bien existía una inquietud por la aplicación de técnicas de usabilidad aplicadas al diseño de información y su posterior recuperación, todavía había una falta de aplicación de estos criterios a la hora de diseñar herramientas de búsqueda que incluyeran tanto documentos textuales como multimedia. También el servicio de hemeroteca no estaba presente en la mayoría de los medios.

En México, López Aguirre (2009a) analizó los servicios y productos ciberdocumentales aplicados a la prensa digital de su país. Para esta investigación el autor trabajó con una muestra de 32 cibermedios<sup>2</sup>, utilizándose la técnica de observación directa no participante, estructurada, realizada en campo y por un equipo, y el uso de fichas para registrar los datos. Las categorías de análisis principales fueron tres: servicios ciberdocumentales de información de actualidad, servicios ciberdocumentales de información retrospectiva y servicios ciberdocumentales de información referencial. Además, se utilizó la encuesta online como herramienta complementaria.

Como principal resultado vale destacar que sólo un 20% de los servicios de recuperación de información cuenta con servicios de búsqueda avanzada, lo que llevó a concluir que la falta de tratamiento documental en las tareas de organización y recuperación de información era una característica recurrente de los servicios ciberdocumentales mexicanos.

En otro de sus estudios López Aguirre (2009b) examinó de qué modo los diarios digitales mexicanos aprovechaban los recursos tecnológicos a su alcance para satisfacer las necesidades informativas y comunicativas de sus usuarios. Se trabajó con una muestra de 48 cibermedios. Se diseñó una ficha con 17 variables agrupadas en cuatro categorías de los servicios de e-comunicación en la prensa digital mexicana en 2008: servicios de comunicación con el cibermedio, servicios de

---

<sup>2</sup> Para Linares, Codina y Pedraza (2015) un cibermedio es un medio de comunicación que utiliza una plataforma digital interactiva en línea, bien en forma de sitio Web o bien en forma de aplicación para la Web móvil. No se distingue necesariamente entre medios que disponen también de versión impresa o de contraparte analógica, aunque tal característica influya en su naturaleza para ciertos análisis. En todos los casos, la versión digital, si es online e interactiva, se considera un caso de cibermedio. Se excluyen expresamente los medios electrónicos en algún formato no interactivo y/o multimedia, como por ejemplo el pdf.

participación con el cibermedio, servicios de interacción con el cibermedio y servicios de interacción entre usuarios del cibermedio.

Además, estudió la presencia de los productos ciberperiodísticos, a saber: fotogalería o galería fotográfica, clip o archivo de audio, clip o archivo de video, blog periodístico, entrevista digital, infografía o gráfico animado, especiales y podcast. Como parte de los resultados se encontró que en los servicios de e-comunicación, que el autor define como un conjunto de utilidades que buscan favorecer los procesos comunicativos mediados por la tecnología y satisfacer las necesidades comunicativas del usuario de un cibermedio, había una tendencia a no favorecer los procesos comunicativos con los usuarios y, con respecto a los productos, se halló que la prensa digital aprovechaba los recursos tecnológicos para satisfacer las necesidades objetivas de sus usuarios.

Por su parte, Guallar (2012) presentó un modelo para analizar las hemerotecas de la prensa digital española entre los años 2007 y 2010. La evaluación consistió en el examen de 27 indicadores como, por ejemplo, la ubicación del acceso a la hemeroteca, colecciones disponibles, acotación temporal, reutilización de búsquedas y gestión de las listas de resultados.

La calidad de cada uno se midió a través de una escala de tres valores, donde 1= el indicador es deficiente; 2= el indicador es correcto pero admite mejoras; y 3= el indicador es excelente. Además había un valor extra para el caso en que el indicador fuera inexistente o su implementación deficiente y no pudiera tomarse en consideración. En ambos casos, el valor asignado era 0 (cero).

Las conclusiones de ese estudio destacan que la gestión de documentos recuperados y la ubicación del acceso a la hemeroteca en lugares bien visibles obtuvieron los valores más altos. Entre los indicadores con valor medio se encontraban los contenidos, con importantes fondos documentales, variedad de colecciones e información multimedia.

A lo largo del período analizado por Guallar hubo una importante evolución respecto a las prestaciones en las páginas de resultados. Asimismo, el cambio fue positivo entre 2007 y 2010 en dos aspectos: a) agrupación de resultados por categorías, casi inexistente en 2007; y b) gestión de los documentos recuperados -tal como compartir en redes sociales-, lo cual se encontraba en una fase incipiente en 2007 y tres años después ya era posible en todos los diarios.

El estudio también precisó diversos aspectos para mejorar el funcionamiento de las hemerotecas de prensa digital: la incorporación de los operadores de búsqueda, la ampliación de las opciones de búsqueda -por formato, colecciones, temporal-, el ajuste de la relevancia de las búsquedas o la consulta de tesauros u otros lenguajes documentales, la reutilización de búsquedas y visualización de índices y, por último, la mejora de los sistemas de ayuda al usuario.

En Argentina, Prudkin y Uchôa (2013) centraron su atención en el análisis de contenido de 23 sitios Web pertenecientes a medios periodísticos de la Provincia de Córdoba. Su finalidad era construir un catálogo actualizado de sus rasgos sobresalientes a partir de la identificación de seis indicadores: interactividad, personalización de contenido, actualización, hipertextualidad, multimedia/convergencia y memoria. De las seis características analizadas tan sólo memoria y actualización se distinguieron por alcanzar una puntuación alta en el contexto del periodismo digital de aquella provincia; mientras que personalización de contenidos, multimedia e interactividad, en oposición, presentaban índices notablemente bajos de utilización en tales cibermedios.

Guallar, Abadal y Codina (2013) se propusieron clasificar los productos y servicios que facilitaban el acceso a la información en diferentes diarios digitales de habla hispana e inglesa entre los años 2008 y 2012. La metodología consistió, en primer lugar, en una amplia revisión bibliográfica de las publicaciones sobre prensa digital y, especialmente, de fuentes de información sobre prensa. Por otro lado, se llevó a cabo un minucioso análisis de contenido sobre los ejemplos seleccionados de las fuentes de información sobre prensa para conocer sus funciones, estructura y características.

Dado la variedad de productos o servicios existentes para acceder y buscar información en la prensa digital, los mismos fueron distribuidos según cuatro grandes áreas o funciones: acceso a cabeceras de prensa, búsqueda de información, seguimiento de información y agregación de contenidos. Así, por ejemplo, la función búsqueda de información era definida como “los sistemas que facilitan la consulta de información periodística de actualidad o retrospectiva” (p. 33) e incluía tres tipologías de productos: hemerotecas históricas, hemerotecas digitales de los medios y las bases de datos de prensa.

A su vez, cada tipología era analizada de acuerdo a un grupo de indicadores que sirvieron para diferenciar con mayor claridad los perfiles de cada una de las categorías. Estos indicadores eran: la cobertura de medios (uno o diversos), el alcance temporal, el costo (gratuito o de pago), los formatos de presentación del documento (HTML, texto, PDF) y la situación respecto de los derechos de explotación.

En lo que concierne a los resultados del trabajo de estos autores, se destaca que algunos sistemas están en declive (agregadores manuales), otros se mantienen en nichos profesionales bien delimitados (bases de datos de prensa, servicios de seguimiento) y otros se encuentran en expansión (agregadores automatizados, seguimiento en redes sociales). A su vez, se asevera que aunque cada sistema analizado presenta un esquema distinto y propio de servicios, la influencia de dos factores disruptivos como la Web social y la Web móvil abren un nuevo panorama en relación a los medios de búsqueda de información, sobre los cuales aún es preciso esperar su curso de evolución en los próximos años.

Nuño Moral (2014) realizó un análisis descriptivo de las formas de acceso y sistemas de consulta para el usuario en 7 diarios digitales españoles desde una doble perspectiva. Por un lado, se propuso identificar cuáles eran las formas de acceso y la tipología documental o formatos que albergaba cada uno de los sitios Web. Por el otro, expuso las características que presentaban los respectivos sistemas de búsqueda.

Las principales conclusiones se dividen en dos aspectos. En primer lugar, el formato textual era el hegemónico aunque los recursos multimedia crecían cada vez más. Estos recursos, vale decir, no disponían directamente de un buscador propio, ya que su acceso se realizaba a través de los sistemas generales. En segundo lugar, los diarios presentaban alternativas de consulta para los diferentes recursos, al margen del acceso al contenido a través de la página principal. La hemeroteca y el buscador eran los elementos más importantes a la hora de acceder a los contenidos, estando presentes en toda la muestra analizada.

De manera más teórica y menos empírica, Linares, Codina y Pedraza (2015) elaboraron una metodología para efectuar el análisis de medios digitales a través de un conjunto de elementos bien articulados que permiten determinar qué analizar (parámetros) y cómo hacerlo (indicadores) en cualquier futuro estudio sobre



cibermedios. Los tres parámetros propuestos fueron: a) relación cibermedio-usuarios; b) contenidos generados por usuarios; c) buscabilidad y navegación.

Este método permite examinar un cibermedio tan solo seleccionando el parámetro deseado, después generar indicadores y finalmente aplicarlos en diferentes niveles de profundidad mediante un sistema articulado de fases, actividades y resultados. Vale aclarar que el instrumento permite usar todos los indicadores u optar por una parte de ellos, añadir nuevos, modificar la operacionabilidad de algunos o combinarlos de acuerdo a las necesidades que se presenten. Todo ello confiere mayor flexibilidad y adaptabilidad a dicha herramienta, lo que acrecienta la posibilidad de implementarla en variedad de estudios e investigaciones.

La revisión bibliográfica realizada no ha arrojado como resultado estudios recientes que hayan tratado el aspecto de la recuperación de la información en los medios nacionales.

#### **4. Marco conceptual**

En el presente apartado se conceptualizan diversos términos y categorías de análisis que resultan fundamentales para contextualizar la investigación y fundamentar teóricamente las variables bajo estudio. Es por ello que en el primer capítulo se ofrece una caracterización de la comunicación social en la era de Internet.

En el segundo capítulo se profundiza en el concepto de Web 2.0 y el tipo de comunicación que esta modalidad de Internet ha posibilitado. En el tercer capítulo se analiza el rol del bibliotecario en un universo de producciones digitales masivas donde la recuperación de la información se torna esencial para acceder a la información y al conocimiento generado.

##### **4.1 La prensa en la era de Internet**

A fin de caracterizar a la prensa como una actividad de comunicación social en la era de Internet, se establece en primer lugar qué es un diario digital.

Seguidamente se menciona la evolución que ha tenido la prensa digital a lo largo de los últimos dos decenios. En tercer lugar se consignan las ventajas que posee la prensa digital respecto de la tradicional.

#### **4.1.1 El diario digital como medio de comunicación**

Los medios de comunicación son las tecnologías a través de las cuales se transmiten contenidos que involucran los valores culturales y las representaciones sociales propias de una época (Amado, 2010). A su vez, su lenguaje adopta los códigos, términos y condiciones de uso que han sido legitimados por quienes comparten un mismo espacio y tiempo, o sea, un contexto comunicacional común.

La prensa digital no es un fenómeno ajeno al principio general enunciado antes. Es, por cierto, un signo concreto de la dinámica social que asume un determinado colectivo en un momento histórico concreto. Así, pues, en la era de Internet la prensa se ha convertido en un medio de comunicación flexible y muy eficiente para acceder de modo rápido a la vorágine de información que circula en las redes.

En efecto, el surgimiento de Internet supuso el inicio de una nueva era, la digital, con importantes cambios en el modelo de comunicación interpersonal y en la transmisión de la información. En tales circunstancias, la mayoría de los diarios impresos -si no todos- debieron crear su versión digital, sin mencionar los que fueron concebidos directamente en formato Web. De hecho, los diarios que fueron elegidos para su análisis en este trabajo pertenecen al primer grupo.

De esta forma, la aparición de los medios digitales y el uso de las redes de comunicación han supuesto el nacimiento de una nueva modalidad informativa con un lenguaje propio y con unas características de comunicación y contenidos diferentes a cualquiera de los medios tradicionales -prensa escrita, radio y televisión- (Cabrera González, 2001).

#### **4.1.2 Breve descripción de la evolución de la prensa digital**

Distintos autores han explicado la génesis y evolución de los diarios digitales. Cabrera González (2001) distingue cuatro fases: en la primera, las ediciones digitales se basaban en un modelo facsimilar que reproducía el contenido de la edición impresa. Se trataba de una versión en formato PDF generada a partir de la técnica de escaneo. Era un modelo de edición estática que no aportaba ninguna información adicional. En una segunda fase se recurrió al modelo adaptado, que consistía en una reelaboración de los contenidos impresos para su utilización Web a través de una forma sencilla de integrar hipertextos y en donde era posible la actualización frecuente de la información.

En una tercera fase surgió el modelo digital, en donde el diario se diseñó expresamente para el medio digital, tratando de aprovechar al máximo las cualidades del entorno online. En esta etapa los diarios se volvieron más interactivos y visuales, ofreciendo servicios diferentes a los del periódico en papel. En este modelo cabe destacar la posibilidad de la actualización continua. La cuarta etapa se denomina multimedia y la principal característica de este modelo es el aprovechamiento de las posibilidades de interactividad y multimedialidad, mediante las cuales se puede ofrecer la información en distintos formatos -sonido, imagen fija o en movimiento, y texto-.

Abadal y Guallar (2010) indican que es a partir de esta cuarta etapa cuando los diarios digitales se convierten en portales informativos que -junto a la información estrictamente periodística- ofrecen múltiples y variados servicios de comunicación, ocio y entretenimiento. La quinta y actual etapa de evolución de la prensa digital se denomina multimedia social. Sus dos elementos característicos son, por un lado, el incremento de los contenidos multimedia: fotos, gráficos y especialmente videos, y, por otro, la potenciación de los aspectos participativos de la Web social o Web 2.0: blogs, comentarios y votaciones a noticias, contenidos generados por usuarios, redes sociales, entre otros.

De esta manera, después de casi tres siglos de dominio impreso, el nuevo paradigma se llama edición digital con contenidos en línea (Marcos Recio, 2009), lo cual es un ejemplo concreto de cómo los medios de comunicación tienden a integrarse en el siglo XXI cada vez más, y que no hacerlo decretaría la sentencia

capital para un diario que pretendiera existir solo en soporte papel, al perder una masa considerable de lectores que solo está dispuesta a leer información en la Web.

Llegados a este punto es necesario definir el concepto de diario digital, tarea nada fácil por el hecho de que, tal como indica Álvarez Marcos (2000), ni siquiera existen consenso en el nombre exacto que se le debería asignar a esta nueva modalidad de prensa:

No existe unanimidad entre los profesionales de la Información y los estudiosos de las nuevas formas de comunicación digital sobre el nombre preciso que deben recibir las versiones en formato web de los periódicos convencionales. Se consideran conceptos como periódico electrónico, periódico multimedia, teleperiódico, periódico en pantalla, periódico teleinformativo, periódico digital, periódico on line, periódico cibernético, diario personal (Daily me), periódico telemático, etc. (Álvarez Marcos, 2000, p. 114).

En este trabajo se utilizará el término diario digital, y para aclarar su concepto se establecen tres definiciones que permiten describirlo o caracterizarlo en su totalidad. Para Rost (2006) el periódico digital es un medio de comunicación que, valiéndose del soporte de redes informáticas, organiza su discurso en estructuras hipertextuales sin prácticamente límites de tiempo ni de espacio y puede ofrecer a sus lectores un menú de contenidos de actualidad con diferentes ritmos de difusión -lo que se denomina actualidad múltiple-.

Además, dicho medio puede integrar distintas morfologías de la información -texto, imagen y sonidos-, admite ciertas posibilidades de personalización y permite ofrecer distintas modalidades interactivas de selección de comunicación. El lector del periódico digital puede acceder al medio desde cualquier terminal informática conectada a la Red en el mundo y en el momento que lo desee.

Iglesias García (2004) elige el término diario digital para aquellos productos informativos que no cuentan con una edición impresa y los define como producto digital, de periodicidad como mínimo diaria, que ofrece información general (tanto de ámbito local, comarcal, autonómico, estatal o internacional) de producción propia y que se distribuye única y exclusivamente en Internet.

Abadal y Guallar (2010) aportan una definición integral que incluye los contenidos, el modo de difusión y las características fundamentales de la prensa digital:

La prensa digital es el medio de comunicación social que distribuye información periodística en formato digital, usualmente mediante Internet aunque no exclusivamente, que puede haber sido elaborada expresamente o no para el soporte digital y que se caracteriza por la interactividad, hipertextualidad, multimedialidad, actualización permanente, personalización y memoria o documentación (p. 24).

Algunos rasgos inherentes a este tipo de medios, tal la propuesta de Guallar (2012) son:

- La interactividad es la posibilidad de que los usuarios puedan actuar, relacionarse o comunicarse entre sí a través de un medio.
- La multimedialidad es la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno y de manera yuxtapuesta o integrada.
- La hipertextualidad es la posibilidad de interrelacionar todo tipo de documentos dentro de un mismo sitio Web.
- La actualización permanente es la superación de la periodicidad con que los medios de comunicación no digitales ejecutan sus publicaciones.
- La personalización es la posibilidad de adaptar los contenidos del diario a las características e intereses de cada persona concreta.
- La memoria o documentación es la capacidad prácticamente ilimitada de albergar contenidos retrospectivos que tienen los medios digitales. Aunque la información haya perdido la actualidad puede ser almacenada y consultada siempre.

Seguidamente serán desarrolladas en profundidad dos de las características más relevantes de los diarios digitales mencionadas con anterioridad: la hipertextualidad y la multimedialidad.

La hipertextualidad está relacionada con la característica novedosa del lenguaje digital que es la escritura en red. A través de links o enlaces, que se ofrecen en distintos formatos -generalmente en forma de frases o palabras subrayadas en distinto color, fotografías, gráficos, videos y audios- permiten al lector recorrer un tema y relacionarlo y/o ampliarlo con otros temas.

La multimedialidad tiene que ver con otra de las características centrales de la web 2.0 y la convergencia digital. Integra la información en distintos formatos dentro de un mismo contexto. Este producto periodístico con sus nuevas características

hace que se diferencie del formato papel, estos elementos mantienen cautivo e impactan al lector.

La hipertextualidad es una de las particularidades más innovadoras de Internet como medio de comunicación porque al utilizar el hipertexto se produce la ruptura de la secuencialidad propia de la prensa impresa (Iglesias García, 2004).

El hipertexto es definido por Bianchini (1999) como un enfoque para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una red de nodos conectados por enlaces. Los nodos contienen textos. Si, además, contienen gráficos, imágenes, audios y animaciones en video, así como código ejecutable u otra forma de datos, se les da el nombre de hipermedio, es decir, una generalización del hipertexto.

Los hipervínculos permiten enlazar información de manera no secuencial dejando al lector la opción de decidir su lectura y el modo de entablar su relación con el texto, lo cual permite a los lectores recorrer los contenidos de su interés a través de links (Pujolà y Montmany, 2010).

Por lo tanto, y tal como dicen Abadal y Guallar (2010), mediante la existencia de enlaces o hipervínculos no solamente dentro del texto sino también en el resto de los formatos posibles -fotografía, gráficos, video o audio- emerge la posibilidad de una nueva manera de navegar en Internet, conocida popularmente con el nombre de navegación hipertextual.

La segunda característica más novedosa de la prensa digital es la multimedialidad. Según Deuze (2014) hay dos formas de definirla: la primera, como la presentación de una historia noticiosa en un sitio Web utilizando dos o más formatos mediáticos, tales como audios, animaciones gráficas, videos, e incluyendo elementos interactivos o hipertextuales. La segunda definición consiste en la presentación integrada de una historia noticiosa a través de diferentes medios, tales como un sitio web, correo electrónico, mensajes de texto, radio, televisión, prensa escrita, etc. Recientemente, esa modalidad ha adquirido la denominación de transmedialidad.

Para Abadal y Guallar (2010) la revolución del medio digital consiste en haber propiciado la integración de las formas básicas de información -texto, sonido, imagen fija o animada- en un mismo entorno. Para dichos autores los cibermedios adaptan e integran a su formato las tendencias de consumo en la red. Así, por ejemplo, la publicación de videos en Youtube por parte de las editoriales es un caso

representativo de la mentada estrategia, la cual se basa en generar contenidos en una plataforma a la que el público ya se ha acostumbrado a usar en su vida cotidiana.

El contenido multimedia tiene la ventaja de insumir poco tiempo de consulta para los usuarios respecto a la lectura tradicional en texto. Por cierto, las noticias siempre han sido acompañadas de fotografías en los diarios impresos. Actualmente las fotografías en formato digital pueden ser publicadas de manera instantánea en un diario virtual. La autoría de las mismas no necesariamente es del diario que las publica, ya que pueden ser compradas a alguna agencia o enviadas por los mismos lectores.

Respecto a esto último, de hecho, se ha implementado un término que expresa de manera elocuente el valor creciente asignado a la participación de las personas comunes en la industria de los medios de comunicación, sean virtuales o no: el periodismo ciudadano. Conscientes de la complejidad y amplitud de aristas de análisis que reviste la temática, aquí solo se la menciona, porque la discusión y reflexión sobre esta modalidad de periodismo exceden *sensu stricto* los fines de este apartado teórico.

En continuidad con lo dicho más arriba, vale mencionar que los diarios digitales no solo incorporan gráficos sino también infografías. Su principal función radica en presentar un hecho de manera clara y más didáctica que la información meramente tipográfica. Los infogramas son representaciones visuales informativas que resumen o explican figurativamente un hecho o suceso. A través de diferentes signos lingüísticos y no lingüísticos forman descripciones, secuencias expositivas, argumentativas o narrativas sobre una determinada situación.

La presentación gráfica puede adoptar también la forma de una secuencia animada incluso con sonidos. De aquí surgen entonces, los diagramas dinámicos o animados interactivos que suelen incluir imágenes generadas artificialmente –por computadora- , a los cuales con frecuencia la prensa digital recurre para explicar fenómenos complejos de un modo resumido, economizando espacio en el sitio Web y tiempo de lectura en beneficio del lector (Luzar, 2003).

Por otra parte, los mapas, gráficos, tablas y diagramas, además de explicar un acontecimiento rápidamente, son elementos siempre llamativos para los lectores. En cuanto a la información vertida en audio, esta posee un papel minoritario y secundario en relación a los demás formatos no textuales (Guallar y Abadal, 2010).

#### **4.1.3. Ventajas de la prensa digital respecto de la tradicional o impresa**

Además de ahorrar costos de producción y distribución, Marcos Recio (2009) señala otras ventajas de las ediciones periodísticas digitales: a) la rapidez en el acceso a la información; b) la actualización constante de los contenidos; c) la posibilidad de buscar sólo lo que alguien necesita o más le interesa; d) la inclusión de imágenes y elementos multimedia que ofrecen información más completa y atractiva. Asimismo, un lector puede visitar varios periódicos a la vez, y comparar información de manera sencilla y eficaz.

Para Cabrera González (2001) la prensa online presenta ventajas de inmediatez y ubicuidad a las que no puede llegar un producto físico como el periódico tradicional, que requiere ser transportado, distribuido y adquirido en un punto de venta concreto.

Otra ventaja muy importante es que las barreras temporales y espaciales han sido superadas debido a que los lectores pueden acceder a diarios de todo el mundo. Moreno de Nicolás (2004) afirma que tiempo y espacio son términos que Internet ha reformulado especialmente en lo que concierne a los medios de comunicación, la Red destruye barreras.

Además, para esta autora el mundo de la prensa digital es infinito, ya que una noticia redactada en formato digital puede estar interconectada a través de hipervínculos con muchas noticias, comentarios y reacciones de los protagonistas, encuestas y fotos, entre otros. El texto de una noticia puede ser ampliado de modo audiovisual añadiendo fotos, videos y comentarios, lo cual enriquece la información que el lector de prensa digital recibe. De esta manera, la presencia del hipertexto permite profundizar los contenidos según las necesidades de los usuarios.

La prensa digital ofrece también al lector poder interactuar con los otros cibernautas, convirtiéndolo en un usuario activo. Así, pues, deja de ser solo un receptor y se convierte en productor de contenidos mediante comentarios de diversa índole –opinando sobre noticias o publicaciones de otros usuarios, por ejemplo-, comunicándose con los periodistas y los editores o subiendo videos y fotografías él mismo. Asimismo, no debe olvidarse que la prensa digital no requiere de una



contraprestación, es decir, permite un acceso gratuito a las noticias (Rost, Pagni Reta y Apesteguía, 2008; Moreno de Nicolás, 2004; Junco, 2009).

## **4.2 La Web 2.0 y la cultura digital**

En este capítulo se describen las características de la comunicación 2.0 y se analizan los cambios que esta ha provocado en los hábitos de consumo en general, particularmente en las modalidades de lectura de los ciudadanos.

### **4.2.1 Las TICs como herramientas de comunicación en el contexto actual**

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) ha transformado las múltiples y variadas facetas de la vida cotidiana, configurando un nuevo entorno social impregnado de las características y rasgos propios de lo que podría denominarse cultura digital. Las TICs se aplican en diferentes ámbitos y para fines igualmente diversos: para intercambiar información, para el desarrollo de actividades comerciales, para la educación, la realización de transacciones bancarias e, incluso, para la publicación de noticias a través de los llamados diarios digitales.

Domínguez Sánchez-Pinilla (2003) define a las TICs de manera operativa como sistemas y recursos para la elaboración, almacenamiento y difusión digitalizada de información, basados en la utilización de tecnología informática. Hasta tal punto el impacto social de las nuevas tecnologías es tan poderoso que se afirma que estamos entrando en una nueva etapa de la civilización humana: la sociedad de la información y del conocimiento.

Luego de una exhaustiva revisión conceptual, Cobo Romaní (2009) propone la siguiente definición para las TICs:

Dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la

multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos). Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento (p. 312).

Según Castells (2008) la sociedad de la información asume los rasgos que constituyen el núcleo del paradigma de la tecnología de la información. La primera característica de este paradigma es que la información es su materia prima: son tecnologías para actuar sobre la información, no sólo información para actuar sobre la tecnología. El segundo rasgo se refiere a la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías, pues la mayoría de los procesos en la vida individual y colectiva están directamente influenciados por esas tecnologías.

La tercera característica apunta a la lógica de interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan estas nuevas tecnologías de la información. La red puede materializarse en todo tipo de procesos y organizaciones mediante las TICs. En cuarto lugar aparece la flexibilidad, ya que todos los procesos son reversibles y los componentes de las organizaciones e instituciones pueden reordenarse. Se trata de un rasgo decisivo en la sociedad caracterizada por el cambio constante y la fluidez organizativa.

Una quinta característica es la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado. Así, pues, surge que las cualidades decisivas del paradigma de la tecnología de la información son su carácter integrador, la complejidad y la interconexión, que son las notas que especifican el nuevo modelo representado por la sociedad de la información.

#### **4.2.2 La sociedad de la información como categoría de análisis comunicacional**

El concepto central al que se vincula la era digital es el de sociedad de la información (SI), término que surge en los años sesenta de parte del sociólogo Bell (1986) al observar una paulatina transición desde una sociedad de tipo industrial a otra en la cual se podía acceder ilimitadamente a la información. Más aún, según este pensador, una sociedad post-industrial era aquella que se basaba en los

servicios y en donde lo que realmente importaba no era la fuerza bruta o la energía sino la información.

En consonancia con lo anterior, Bell (1986) ha dicho también que “la persona clave es el profesional, pues está equipado, por su educación y preparación, para proporcionar los tipos de especialización cuya demanda aumenta en la sociedad post-industrial” (p. 152).

Otro autor que ha estudiado en profundidad este tema es Castells (2008), quien destaca que aún cuando la información como comunicación del conocimiento haya sido fundamental en todas las sociedades, el término informacional sería más apropiado para definir al modelo de sociedad post-industrial, pues tal adjetivo indica el atributo por excelencia de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información son las fuentes fundamentales de la productividad y del poder. Como se advierte, la terminología empleada por Castells (2008) reproduce el paralelismo que existe entre el sustantivo industria y el adjetivo industrial.

Ahora bien, es preciso distinguir la categoría antes desarrollada con otra muy extendida, a saber, la sociedad del conocimiento. Según un informe de la UNESCO (2005), la noción de sociedad de la información se basa en los progresos tecnológicos mientras que el concepto de sociedades de conocimiento sería más conveniente porque la acepción posee dimensiones que el otro término no, a saber, las dimensiones social, ética y política del saber.

Se utiliza el término sociedades, en plural, porque no hay una única forma de sociedad posible por el hecho de que en la construcción de las sociedades intervienen diferentes culturas, lenguas y formas de conocimientos. Respecto a esto último, incluso, conviene considerar que a pesar de la gran cantidad de información y la velocidad de su transmisión, una información no es necesariamente conocimiento en sí, pues debe tratarse de forma crítica y estar disponible para todos los habitantes a fin de que sean fuentes de desarrollo.

Al mismo tiempo, es importante entender que la sociedad de la información es el instrumento que permite la construcción de las sociedades del conocimiento: “Si se respetan plenamente, la libertad de expresión y la libertad de investigación científica y de creación permiten construir auténticas sociedades del conocimiento gracias al desarrollo de una sociedad mundial de la información (UNESCO, 2005, p. 31).

Crovi Druetta (2002) ha puesto de manifiesto la tensión existente entre una denominación u otra, reconociendo que existe cierta tendencia a usar el término sociedad del conocimiento en reemplazo por la categoría más antigua de sociedad de la información. Pero si bien reconoce que la sociedad del conocimiento es el término que predomina para reflejar las nuevas formas de trabajar impuestas por las TICs y el cambio de modelo político económico como parte de una revolución de carácter cultural, para esta autora aún no está suficientemente resuelto el ámbito conceptual de cada noción. Considera que sus límites son difusos, y que no existen criterios claros para demarcar el alcance de cada uno:

Aunque la sociedad del conocimiento o sociedad cognitiva tiende a reemplazar la idea de sociedad de la información, considero que aún quedan muchas dudas entre un concepto y el otro. Es por ello que en este trabajo prefiero adoptar una combinación de ambas nociones (sociedad de la información y el conocimiento, SIC) ya que considero que no son excluyentes y que aún falta mucho trabajo de análisis teórico y empírico, para lograr separarlas y diferenciarlas (Crovi Druetta, 2002, p. 18).

Para empañar más el panorama, junto a la idea de sociedad del conocimiento se ha desarrollado el concepto de inteligencia colectiva. Lévy (2004) la define como “una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias”. (p. 19) Para Noubel (2006), las tecnologías de la inteligencia colectiva son los motores de búsqueda, los blogs, los wikis, los sistemas de sindicación de contenidos (RSS), los mapas conceptuales y todas las herramientas de la Web 2.0.

El objetivo es aprovechar todos los conocimientos y experiencias de cada habitante de la aldea global para el enriquecimiento mutuo y una mayor eficiencia en el uso de los recursos dedicados a la generación de conocimientos. Pero la inteligencia colectiva de las comunidades no es un privilegio exclusivamente humano, es observada en muchas especies animales.

Además, en los grupos humanos coexisten diferentes formas de inteligencia colectiva. Inicialmente, la inteligencia colectiva original es aquella que se practica en grupos pequeños que se coordinan en torno a un objeto material, simbólico o cultural, en ámbitos tan diversos como una empresa, un equipo deportivo o un club barrial, por poner sólo algunos ejemplos.

Un caso de inteligencia colectiva en el mundo animal puede graficar mejor el concepto que aquí se quiere plasmar. En colonias de especies sociales -colmenas, cardúmenes y manadas- el trabajo en equipo es autoorganizado y coordinado a través de las diferentes interacciones entre individuos. De esta manera, generan mejoras en el orden o producen nuevas formas de organización frente a cambios ambientales (Toca Torres, 2014).

#### **4.2.3 La Web 2.0 y los nuevos hábitos de lectura**

El cambio en el paradigma de la comunicación y el auge de las TICs ha significado también un cambio en los hábitos y destrezas de lectura de las personas. Surge así una nueva modalidad de lectura que bien podría calificarse con el rótulo de lectura digital, configurada a partir de las características del tipo de interacción que tienen los usuarios con las plataformas virtuales.

Diez Mediavilla (2016) plantea algunas consideraciones respecto a las nuevas habilidades que deben desarrollar los lectores del siglo XXI en relación a la lectura digital. En primer lugar, el texto digital exige al lector una participación activa y comprometida al incorporar enlaces o hipervínculos. Los enlaces multiplican las opciones y posibilidades de recurrir a nuevos textos. Esto implica una capacidad de selección en función de sus intereses.

En segundo lugar, el lector digital puede mantener de forma simultánea varios textos paralelos que nacen y se relacionan con el primero de los textos leídos. La lectura simultánea es superficial y poco tiene que ver con la lectura convencional de los textos en soporte papel -unidireccional-.

En tercer lugar, el nuevo lector tiene que incorporar en su proceso de lectura dos tareas complementarias: acceder a la información y seleccionar las respuestas obtenidas a partir de la primera demanda. Para la búsqueda de información no es suficiente con acceder al sitio correspondiente, ya que es imprescindible utilizar términos de búsqueda que permitan recuperar referencias pertinentes a los intereses del lector.

Una vez obtenida la respuesta, el lector debe seleccionar las referencias obtenidas en el buscador correspondiente. En este proceso de selección el nuevo lector debe aplicar tres requerimientos complementarios: adecuación al interés

específico de la consulta/lectura; fiabilidad de la referencia atendiendo al origen o gestión de responsabilidad de la misma; e idoneidad de la fuente.

Por lo dicho, pues, se puede apreciar de qué modo las TICs están modificando los hábitos de lectura de los usuarios de Internet, familiarizándolos con la rapidez y lo instantáneo. Los lectores de la Web 2.0 realizan lecturas veloces, prestan más atención a las imágenes que al texto, les gusta comentar y compartir información.

Marcos Recio (2014), por su parte, pone de relieve diferentes aspectos a través de los cuales se puede comprender mejor en qué sentido se puede decir que las TICs han propiciado el surgimiento de nuevos lectores: a) los medios digitales permiten acceder a contenidos de interés; b) los usuarios de Internet disponen de herramientas en virtud de las cuales llegan a otras noticias; c) la información de calidad no está en todos los sitios; d) el lector es consciente de que la información adecuada le permite tomar buenas decisiones; e) la avidez de información es paralela a los permanentes cambios de su entorno, tanto inmediato como global.

Además, para Marcos Recio (2014) los lectores tienden a elegir productos informativos locales, prefiriendo la información relativa a su comunidad. Esto mismo lo confirma un estudio de Rost, Pagni Reta y Apesteguía (2008) en donde se analizó el comportamiento de navegación de 16 usuarios de la ciudad de General Roca y 26 usuarios de la ciudad de Neuquén, determinando que la mayoría de ellos se interesaban primeramente por las noticias locales y regionales, en segundo lugar aparecían los contenidos nacionales -a los que solían acceder por medios nacionales-, y en tercer lugar las noticias internacionales, requeridas solo cuando las consideraban muy importantes.

Este estudio, además, permitió identificar dos comportamientos de lectura: la simultánea, donde el lector va navegando por varios sitios al mismo tiempo, y la sucesiva, en la que el lector lee en un solo sitio hasta finalizar la lectura para luego pasar a otro. La lectura simultánea primaba entre los usuarios más jóvenes de la muestra -19 a 24 años- y en los que tenían mayor experiencia con la Web; la lectura sucesiva, en cambio, era más frecuente en los usuarios adultos -más de 35 años-.

Otro dato relevante que aporta la investigación de Rost, Pagni Reta y Apesteguía (2008) es que para la lectura de noticias los usuarios prefieren la lectura tipo escaneo a la lectura palabra por palabra. El escaneo de textos -sobre todo en los más largos- consiste en buscar palabras u oraciones que capten la atención del

lector. Esta lectura es breve, urgente y no se detiene en ninguna noticia en particular, ya sea porque el usuario no tiene tiempo o porque no le interesa profundizar, sin omitir tampoco que el costo de la conexión es un condicionante.

Otro motivo del uso de la técnica de escaneo responde a una mayor exigencia física para los ojos de los usuarios que implica la lectura en pantalla en relación a la lectura en papel. No abundan los casos de lectores que, en forma predominante, lean los textos de la Web palabra por palabra.

En otro estudio más reciente, la Encuesta de Consumos Culturales y Entorno Digital (2013), se indica que el porcentaje de la lectura del diario impreso en la Argentina sigue siendo mayor que la modalidad en formato digital (42% frente a 8% de la población), mientras que el 18 % lo lee en ambos formatos. Los lectores entre 18 y 49 años son los que tienden a leer el diario por Internet y en ambos formatos. A su vez, el informe revela que la alternancia de soportes de lectura está correlacionada con el nivel socioeconómico, de manera que cuanto mayor sea dicho nivel aumenta la lectura de diarios en ambos soportes.

### **4.3 El rol del bibliotecario en la recuperación de la información**

En este capítulo se analiza el rol del bibliotecario en un universo de producciones digitales masivas donde la recuperación de la información se torna esencial para acceder al conocimiento generado. Por tal motivo, en este apartado se explican los modelos de recuperación de la información clásicos; se proponen algunos elementos de consulta, recuperación y visualización de la información que existen y que podrían ser implementados por los diarios digitales; finalmente, se reflexiona sobre los conceptos de usabilidad y accesibilidad de los sitios Web de noticias.

#### **4.3.1 Modelos de recuperación de la información**

Existen varias propuestas para clasificar los modelos de recuperación de la información (RI). Aquí solo se describirán los modelos clásicos -booleano,

probabilístico y vectorial- y un modelo general, además de precisar el concepto de recuperación de información (RI) y de sistema de recuperación de información (SRI).

En el contexto de la Ciencia de la Documentación, Salvador Oliván (2008) define a la RI como la disciplina que se ocupa de la aplicación del conjunto de técnicas, métodos y actividades para buscar, localizar y recuperar de una manera eficiente en los diversos SRI aquella que sea relevante y satisfaga las necesidades de búsqueda de cada usuario.

Los problemas que esta ciencia debe tratar son los criterios a emplear para delimitar y organizar la información, cómo especificar la búsqueda y qué sistemas y técnicas utilizar para estos procesos. Estos problemas determinan las distintas áreas de trabajo, investigación y discusión; al tiempo que muestran la necesidad de un diálogo interdisciplinar con otras ciencias o ámbitos del saber, tales como la lógica, la lingüística, la informática, la ingeniería artificial, la psicología y la documentación.

Una vez definido el concepto de RI es necesario determinar las partes que componen un SRI. Entre los mismos deben mencionarse el software, el hardware, las personas, los procedimientos, los datos y el flujo de comunicaciones que se establecen). Todos estos elementos interactúan para almacenar de manera óptima grandes volúmenes de información -especialmente documentos e información multimedia- y procurar la recuperación eficiente de información ante las consultas de los usuarios (La Serna et al., 2004).

Existen varios modelos de SRI, pero los más estudiados son los denominados clásicos: booleano, probabilístico y vectorial, que se explicarán a continuación y sin profundizar en sus fundamentos matemáticos. El modelo booleano es el más antiguo y más sencillo, empleado para establecer el subconjunto de documentos relevantes en relación a una consulta específica de entre todos los que forman una colección, ya sea de un fondo de una biblioteca o de todas las páginas disponibles en la Web. Está basado en la teoría de conjuntos y en el álgebra de Boole (Martínez Comeche, 2006).

En el modelo booleano los documentos están representados por términos índice -palabras clave- y las consultas son combinaciones lógicas -con los operadores OR, AND, NOT- de estos términos; aquellos documentos que coinciden con la expresión lógica de la consulta se recuperan, dejándose de recuperar aquellos que no coinciden (Salvador Oliván, 2008).



El modelo probabilístico, también llamado modelo de recuperación de independencia binaria, “se basa en que la función principal de un SRI es ordenar los documentos en orden de probabilidad de relevancia para una necesidad de información del usuario” (Salvador Oliván, 2008, p. 47).

Martínez Comeche (2006) expresa las ideas que subyacen en este modelo: 1) se utilizan términos del lenguaje natural para describir a los documentos de una colección, 2) a partir de una necesidad de información de un usuario existe un subconjunto de documentos que contienen aquellos que son relevantes para su necesidad, 3) este modelo al igual que el booleano es de tipo binario, 4) el usuario real no sabe en qué medida los términos empleados en la consulta permiten distinguir con certeza los documentos relevantes y rechazar al mismo tiempo los documentos no relevantes, 5) el modelo actúa sobre los términos que forman la consulta del usuario, ponderándolos, esto significa aplicándoles un peso o número a cada uno de ellos.

El modelo probabilístico permite ordenar los documentos de la respuesta de la consulta según su probabilidad de relevancia -equiparación parcial-. Este sistema permite al usuario mejorar los resultados de su búsqueda, a partir del análisis y determinación de la relevancia de los documentos, y obtener una nueva respuesta.

El modelo vectorial ha sido el otro modelo, después del booleano, que más ha influenciado en el desarrollo de la RI (Salvador Oliván, 2008). Está basado en tres principios: a) la equiparación parcial, que es la capacidad del sistema para ordenar los resultados de la búsqueda, basado en la similitud entre el documento y la consulta; b) la ponderación de los términos en los documentos, lo que significa que cada término adquiere un número o valor que determina la importancia del documento; y c) la ponderación de los términos de consulta, esto es, el usuario asigna un valor a sus términos de consulta reflejando la importancia de los mismos en relación a su necesidad de información (Martínez Comeche, 2006).

Según La Serna et al. (2004), hay varias técnicas para asignar valor a los términos. Una de ellas es la frecuencia con la que aparece un término en un documento.

Para tener una visión general se presenta el modelo global de RI de Salvador Oliván (2008) con sus distintos elementos, el tipo de interacción que se establece y las actividades que se realizan:

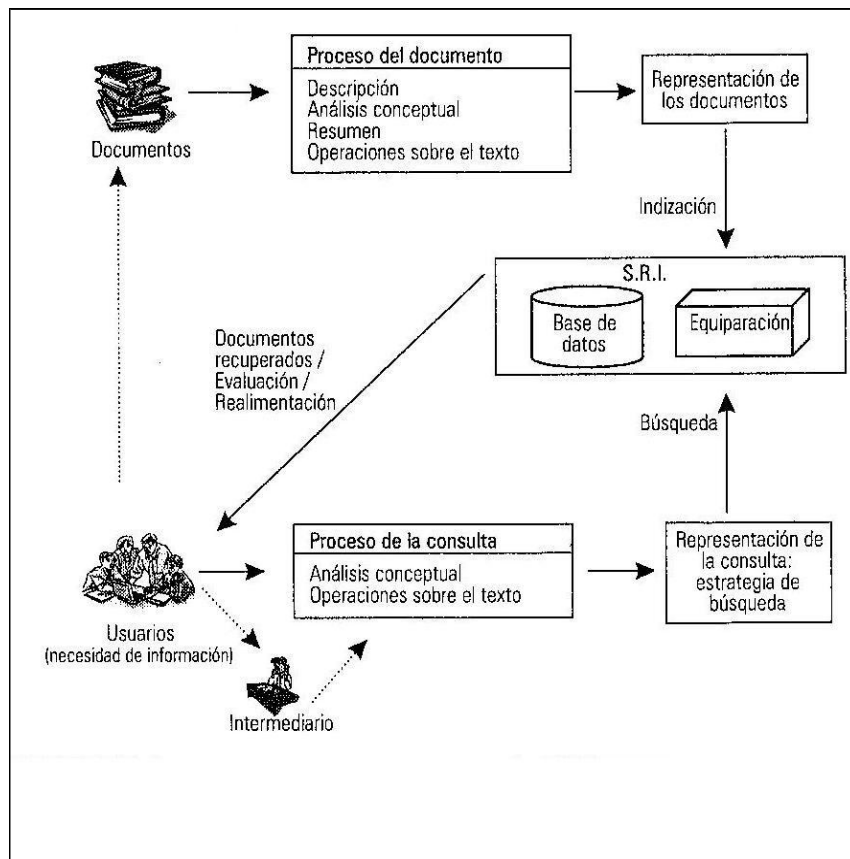


Figura 1. Modelo global de RI  
Fuente: (Salvador Oliván, 2008, p. 20)

#### 4.3.2 Elementos de consulta, recuperación y visualización de la información en los diarios digitales

Uno de los aspectos fundamentales para valorar la calidad de un diario digital es el acceso y posibilidad de consultar todo el material allí publicado (Nuño Moral, 2014). Los elementos de acceso, de recuperación y visualización de la información son varios y se describirán a continuación, según diferentes autores.

Guallar y Abadal (2010) los clasifican como servicios de acceso a información periodística de actualidad y retrospectiva. Son otra manera de acceder a la información diferente a la consulta por browsing o navegación. Aquí se pueden mencionar, por ejemplo, las alertas en los teléfonos celulares, las alertas de correo electrónico y el lector RSS.

Martínez Rubio (2008) establece seis clases de herramientas de RI basadas en criterios de usabilidad: buscador interno, canales RSS, hemeroteca, mapa de la Web, menú o índice temático y navegación.

Nuño Moral (2014), además del acceso a las noticias, fotografías, audios, videos o gráficos que aparecen en la primera página o mediante las diferentes secciones, clasifica a las formas de acceso de la información como últimas noticias/hora, índice, lista normalizada, “lo más visto, leído, comentado, valorado, enviado...”, hemeroteca y sistema de búsqueda -búsqueda simple y búsqueda avanzada-. Estos últimos son, en expresión de la autora, los dos instrumentos de consulta más importantes para acceder al contenido.

Con respecto a los documentos recuperados, los resultados obtenidos se presentan en dos áreas: aspectos formales y aportación documental. Dentro del bloque de aspectos formales se incluyen cuatro parámetros: ordenación de resultados, visualización de número de documentos por página, visualización de la edición impresa o digital y número total de documentos resultantes y cuantificación por tipología. Dentro del segundo bloque -aportación documental- se evalúan ítems tales como: datos aportados por cada documento, enlace a recursos relacionados y ayuda en la consulta desde el punto de vista temático.

Linares, Codina y Pedraza (2015) presentan una propuesta de evaluación de cibermedios en donde los elementos de análisis que componen la buscabilidad y la navegación para acceder a la información son: navegación constante, navegación semántica, mapa de la Web, navegación adaptativa, alertas o boletín electrónico, búsqueda avanzada, página de resultados, localización, actualización y ordenación adaptativa.

#### **4.3.3 Evaluación de la usabilidad y accesibilidad de los sitios Web de los diarios digitales**

El fin de los diarios digitales es lograr la lectura de sus contenidos por parte del mayor número de visitantes posibles, pero para ello es necesario garantizar a sus usuarios una correcta usabilidad. Para que cualquier sitio Web sea usable debe contar con tres características importantes: ser amigable, navegable e intuitivo (Estrella Zambrano, 2016).

Nielsen (2012), un referente en este tema, define a la usabilidad como un atributo de calidad que evalúa la facilidad con la que se utilizan las interfaces de usuario. La palabra usabilidad también se refiere a los métodos para mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño.

En cuanto a los sitios Web de los diarios digitales, García Gómez (2004) indica que la página de inicio es la más importante al ser lo que más vistas recibe. La página de inicio es una invitación -a través de sus enlaces principales- a navegar por el resto de las secciones. Para evaluar la usabilidad de los sitios Web de los diarios digitales se pueden aplicar los principios básicos para cualquier sitio Web.

Nielsen (1995) estudió los problemas de usabilidad y diseñó diez reglas básicas sobre usabilidad denominadas heurísticas, dado que deben entenderse más bien como un conjunto de normas generales que como directrices de usabilidad específicas.-

**Tabla 1. REGLAS BÁSICAS Y GENERALES DE USABILIDAD**

Reglas generales	Explicación
1) Visibilidad del estado del sistema	El sistema siempre debería mantener informados a los usuarios de lo que está ocurriendo.
2) Conexión entre el sistema y el mundo real	El sistema debería hablar el lenguaje de los usuarios mediante palabras, frases y conceptos que sean familiares para ellos.
3) Control y libertad del usuario	En caso de elegir alguna opción del sistema por error, el usuario debe disponer de una salida para abandonar el estado no deseado al que accedió. Debe poder deshacer o rehacer una acción realizada.
4) Consistencia y estándares	Los usuarios no tienen por qué saber que diferentes palabras, situaciones o acciones significan lo mismo. Es conveniente seguir convenciones.

5) Prevención de errores	Es importante realizar un buen diseño que ayude al usuario a prevenir errores.
6) Reconocimiento antes que recuerdo	Las instrucciones para el uso del sistema deben estar a la vista o ser fácilmente recuperables cuando sea necesario. Los elementos de la interface deben ser consistentes en diferentes pantallas.
7) Flexibilidad y eficiencia de uso	La presencia de aceleradores puede ofrecer una interacción más rápida a los usuarios avanzados que la que el sistema puede proveer a los usuarios de todo tipo. Se debe permitir que los usuarios adapten el sistema para usos frecuentes.
8) Estética y diseño minimalista	Los diálogos no deben contener información innecesaria. Cada información extra compite con la información relevante y disminuye su visibilidad.
9) Ayudar a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores	Los mensajes de error se deben entregar en un lenguaje claro y simple, indicando en forma precisa el problema y sugerir una solución constructiva al problema para que el usuario pueda continuar realizando la tarea o recuperando lo último que hizo.
10) Ayuda y documentación	En casos en que el sistema pueda ser usado sin ayuda, puede ser necesario proveer ayuda y documentación. Dicha información debe ser fácil de localizar, especificar los pasos necesarios y no ser muy

	extensa.
--	----------

Fuente: elaboración personal.

Otro concepto unido al de usabilidad es el de accesibilidad Web. Este último se refiere a la posibilidad de que un producto o servicio Web pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indiferentemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso (Hassan-Montero y Martín Fernández, 2003).

Dichas limitaciones no sólo son las discapacidades auditivas, visuales, motrices, cognitivas y de lenguaje, sino también dificultades relacionadas con el idioma, conocimientos o experiencias. Tanto la usabilidad como la accesibilidad Web pueden integrarse para conseguir buenos resultados en el diseño de los diarios digitales y cualquier sitio Web.

#### **4.3.4. El bibliotecario y la recuperación de la información**

El acceso al conocimiento incluye documentos impresos, citas de esos documentos y bases de datos referenciales. Supone, en contrapartida, la posibilidad de que los investigadores y hacedores de esa información puedan acceder a una amplia red de distribución de sus artículos y publicaciones a través de diversos tipos de soportes, también los digitales e interactivos.

En este contexto, el proceso de búsqueda y recuperación de la información contempla los mecanismos necesarios desarrollados por las instituciones de la información y sus profesionales para obtener la documentación deseada de modo eficiente. (Díaz Ríos, Fernández Díaz y Águila García, 2014)

El bibliotecario tiene una preparación especial que lo aventaja del usuario común en relación a la búsqueda y acceso de la información, incluida en sistemas complejos como repositorios, colecciones digitales, portales y otros SRI. Así, pues, las competencias de los bibliotecarios para buscar y acceder a la información consisten, principalmente, en conocer las necesidades de los usuarios, los servicios y SRI que existen para satisfacer esas necesidades y en el dominio de estas herramientas (Salvador Oliván, 2008).

Por ello, es parte de su formación el estudio de los nuevos modelos de RI, sacar provecho de ellos, evaluarlos y mejorarlos, adelantándose siempre a las necesidades informativas de los usuarios. Además, los bibliotecarios y profesionales de la información deben enseñar a cualquier usuario habilidades y destrezas que le permitan armar procesos de búsqueda tanto en la Web como en los SRI que ellos requieran. Esta enseñanza forma parte de la llamada alfabetización informacional (ALFIN), que en la Declaración de Alejandría se definió de la siguiente manera:

La alfabetización informacional se encuentra en el corazón mismo del aprendizaje a lo largo de la vida. Capacita a la gente de toda clase y condición para buscar, evaluar, utilizar y crear información eficazmente para conseguir sus metas personales, sociales, ocupacionales y educativas. Constituye un derecho humano básico en el mundo digital y promueve la inclusión social de todas las naciones (IFLA, 2005, p. 3).

Existen términos relacionados a este concepto tales como alfabetización informática, alfabetización bibliotecaria, alfabetización en medios, alfabetización en Internet o redes y alfabetización digital (Bawden, 2002). Para Martí Lahera (2007) la alfabetización bibliotecaria se refiere a la formación de los usuarios en el uso eficaz de los recursos y servicios de información. La aplicación de estrategias de alfabetización informacional en todos sus aspectos resulta esencial para el desarrollo de la sociedad de la información (IFLA, 2005).

## **5. Metodología**

Para el desarrollo del presente trabajo se adoptó un enfoque mixto, a través de un diseño de investigación no experimental/observacional de alcance descriptivo. Los métodos mixtos constituyen un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, en donde la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, permiten realizar inferencias que conducen a un mejor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri et al., 2010).

La finalidad de la investigación es de carácter descriptivo porque se busca caracterizar de manera detallada la información obtenida mediante diversas

categorías/variables de análisis. Los estudios descriptivos resultan útiles para “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Sampieri et al., 2010, pág. 80). De esta forma, los estudios descriptivos permiten exponer con precisión las dimensiones del fenómeno, suceso, situación o contexto que se aborda.

Las fuentes de investigación fueron secundarias, dado que la información se extrajo de distintos diarios digitales del país, es decir, no fueron construidas por el mismo investigador, lo que las hubiera convertido en primarias (Vieytes, 2004). Para la elección de los diarios se procedió teniendo en cuenta los de mayor trayectoria según tres niveles de territorialidad: nacionales, regionales y locales. Dentro del primer grupo se encuentran *Clarín* y *La Nación*; dentro del segundo grupo están los diarios *La Voz del Interior* de Córdoba y *La Capital* de Rosario; en el tercer grupo están: *El Día* de La Plata y *El Sol* de Quilmes.

*La Nación* fue el primer diario argentino de circulación nacional en llegar a Internet; comenzó a publicarse el 17 de diciembre de 1995 (Albornoz, 2005). El lanzamiento de *Clarín Online* fue el 10 de marzo de 1996 y tuvo varios rediseños a lo largo de los años (Rost y García, 2008).

*La Voz del Interior*, el diario más importante de Córdoba, tuvo su primera edición online el 21 de septiembre de 1996, siendo notorios los cambios que experimentó en su primera década de existencia (La Voz del Interior, 2006).

*La Capital* es el periódico con más antigüedad en el país y por esto se lo considera El Decano de la prensa argentina (Smerling, 2013). En 2001 se creó la versión digital, reproduciendo los contenidos del periódico impreso y, dos años después, comenzó a incorporar las informaciones de último momento.

*El Día* de La Plata, fundado en 1884, es el más importante de esta ciudad y lanzó su versión online el 17 de marzo de 1998, en tanto que *El Sol* funciona en la Web desde el año 1995 (El Sol, 2013).

**Tabla 2. MEDIOS ANALIZADOS**

Diario	URL
Clarín (Buenos Aires)	<a href="http://www.clarin.com/">http://www.clarin.com/</a>



La Nación (Buenos Aires)	<a href="http://www.lanacion.com.ar/">http://www.lanacion.com.ar/</a>
La Voz (Córdoba)	<a href="http://www.lavoz.com.ar/">http://www.lavoz.com.ar/</a>
La Capital (Rosario)	<a href="http://www.lacapital.com.ar/">http://www.lacapital.com.ar/</a>
El Día (La Plata)	<a href="http://www.eldia.com/">http://www.eldia.com/</a>
El Sol (Quilmes)	<a href="http://www.elsolquilmes.com.ar/">http://www.elsolquilmes.com.ar/</a>

Fuente: elaboración personal.

Las variables que se observaron en cada diario constituyen un repertorio de los indicadores propuestos por Martínez Rubio (2008) así como por Linares, Codina y Pedraza (2015). Se trata de un método que integra y adapta dos modelos de análisis que permiten examinar la eficacia de los diarios en la recuperación de la información.

El método de Martínez Rubio (2008) establece seis clases de herramientas para acceder o recuperar la información contenida en un diario digital: buscador simple, buscador avanzado, canal RSS, archivo, mapa web, menú o índice temático. Asimismo se consideraron otros indicadores aportados por Linares, Codina y Pedraza (2015), a saber, página de resultados, localización, actualización, navegación adaptativa y navegación semántica.

**Tabla 3. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE EN ESTUDIO**

Variable	Indicadores	Valor
----------	-------------	-------

<p>Buscabilidad: Conjunto de funciones que un cibermedio pone a disposición de sus usuarios para permitirles realizar la búsqueda retrospectiva o actualizada de información publicada por el propio medio. (Codina, 2016)</p>	<p>Buscador simple: Opción que permite la realización de búsquedas simples en el diario, por medio de motores de búsqueda.</p>	<p>Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0</p>
	<p>Buscador avanzado: El usuario puede articular su necesidad de información a través de una búsqueda avanzada. Por ello el medio facilita la búsqueda de noticias con operadores booleanos o búsquedas parametrizadas.</p>	<p>Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0</p>
	<p>Canal RSS: Sistemas de sindicación de contenidos que difunden ciertos contenidos a los usuarios que demandan este servicio.</p>	<p>Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0</p>
	<p>Archivo: Servicio que posibilita al usuario, el acceso a información retrospectiva generada por el diario digital. El usuario puede acceder a ediciones anteriores del diario. En algunos casos la denominación puede aparecer bajo el nombre de "Hemeroteca".</p>	<p>Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0</p>
	<p>Mapa Web: Representación gráfica de la organización interna de la web</p>	<p>Presencia (si)=1</p>

	para comprender su estructura y facilitar accesos directos.	Ausencia (no)=0
	Menú o índice temático: Referencia principal de las distintas secciones que componen el diario y que pueden aparecer en el margen izquierdo de la pantalla o en el margen superior, en un nivel inferior a la cabecera. Sirven para ofrecer una información de la estructura temática del web de forma permanente y para facilitar la navegación entre los diferentes apartados temáticos.	Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0
	Página de resultados: El medio permite al usuario ordenar y/o filtrar los resultados de una búsqueda determinada. El usuario puede utilizar diversos parámetros, como relevancia, sección, autoría o fecha de la noticia.	Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0
	Localización: El medio permite al usuario acceder a versiones locales o globales.	Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0
	Actualización: El medio de comunicación pone a disposición del usuario una versión donde las informaciones aparecen ordenadas en orden descendiente en función de su actualización. El medio indica de forma detallada la hora en la que	Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0

	se ha realizado la última actualización y especifica el número de actualizaciones que se hacen en un día o un número concreto de horas.	
	Navegación adaptativa: El medio de comunicación presenta al usuario una sección en la que el usuario puede conocer aquellas noticias que han tenido mayor impacto entre los usuarios ya que han sido las más leídas, las más buscadas, las más vistas, las más enviadas por los usuarios, etc.	Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0
	Navegación semántica: El usuario accede a la página donde aparece la información que es de su interés al tiempo que se le facilitan enlaces a otras noticias de temática similar.	Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0
	Alertas o boletín electrónico: El usuario tiene la opción de suscribirse al servicio de alertas o boletín electrónico del sitio Web del medio de comunicación para recibir por correo electrónico o móvil aquellas noticias que el medio publique sobre la temática que le interese.	Presencia (si)=1 Ausencia (no)=0

Fuente: elaboración propia.

Desde una perspectiva temporal, el estudio fue de corte transversal, puesto que los datos se obtuvieron en un único momento, en un punto específico de tiempo. Las diferentes capturas de los diarios digitales se realizaron en el mes de Enero de 2017. Con los resultados obtenidos se podrá determinar qué grado de eficacia ofrece cada uno de los diarios digitales en los servicios de recuperación de la información.

## 6. Resultados

A continuación se muestran los resultados para cada uno de los indicadores de la variable buscabilidad en los diversos diarios digitales seleccionados. Como se mencionó anteriormente, la recolección de datos procedentes del *corpus* documental se efectuó mediante una ficha o registro de observación que permitía establecer la presencia/ausencia de cada indicador (Ver Anexo, Tabla 5).

El análisis de datos se divide en dos partes, una cuantitativa y otra cualitativa, las cuales se encuentran sustentadas por gráficos o figuras que ilustran y complementan la información allí vertida. A continuación se muestra un cuadro que resume los valores hallados para cada indicador (Tabla nº4), se graficaron las frecuencias absolutas y relativas -porcentuales- de tales indicadores, y seguidamente se exponen los resultados del análisis cualitativo por indicador.

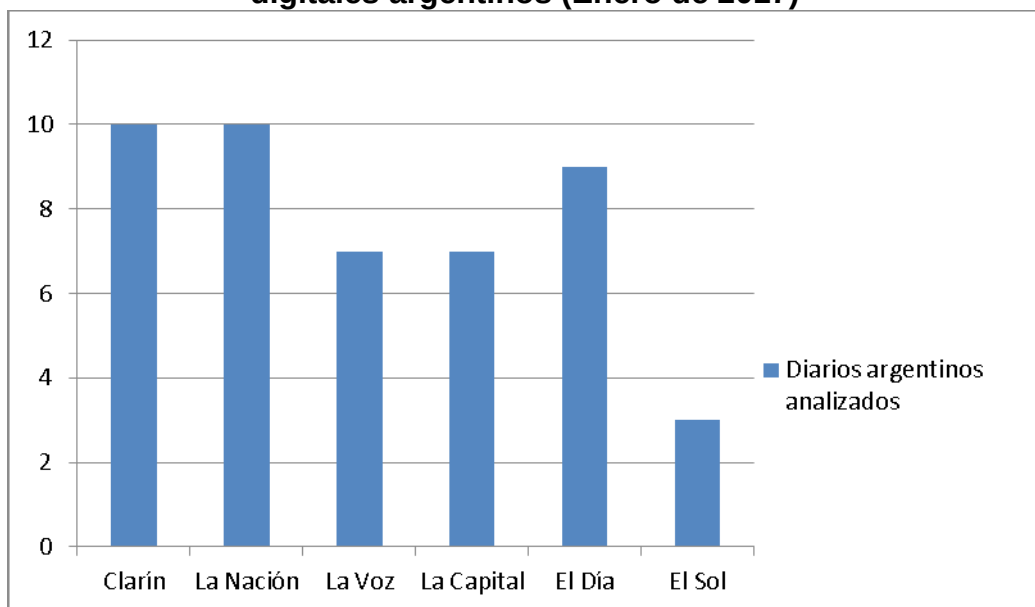
### 6.1 Análisis cuantitativo

**Tabla 4.** PRESENCIA O AUSENCIA DE LOS INDICADORES DE BUSCABILIDAD EN DIVERSOS DIARIOS DIGITALES DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (ENERO DE 2017)

Indicador	Clarín	La Nación	La Voz	La Capital	El Día	El Sol
1. Buscador simple	si	si	si	si	si	si
2. Buscador avanzado	no	no	no	no	si	no
3. Canal RSS	si	si	si	no	si	no
4. Archivo	si	si	si	si	si	no
5. Mapa web	si	si	si	si	si	si

6. Menú o índice temático	si	si	si	si	si	si
7. Página de resultados	si	si	no	no	si	no
8. Localización	si	no	no	si	no	no
9. Actualización	no	si	no	no	no	no
10. Navegación adaptativa	si	si	si	si	si	no
11. Navegación semántica	si	si	si	si	si	no
12. Alertas o boletín electrónico	si	si	no	no	no	no
totales si	10	10	7	7	9	3
totales no	2	2	5	5	3	9

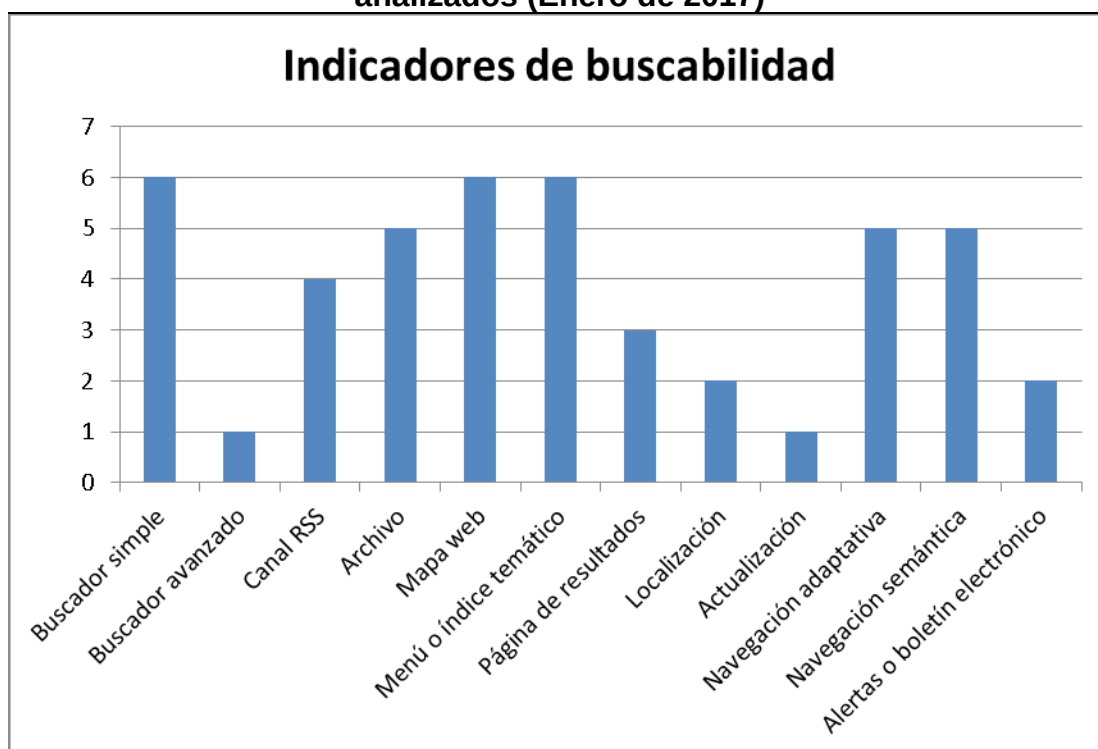
**Gráfico 1. Total de indicadores de buscabilidad existentes en diversos diarios digitales argentinos (Enero de 2017)**



El gráfico anterior permite apreciar que si se comparan los diarios según su alcance territorial, los de carácter nacional son los que mejores condiciones de buscabilidad presentan en relación a la cantidad de indicadores que poseen sus sitios Web. El diario *El Día*, de carácter local, se aproxima a los ya mencionados, lo cual muestra su nivel de excelencia en lo que a recuperación de información se refiere, permitiéndole así competir con periódicos de mayor renombre y peso en el mercado.

Vale notar que los diarios regionales - *La Voz* y *La Capital*- mostraron entre sí un igual comportamiento respecto a la cantidad de indicadores disponibles en sus sitios Web, mientras que el diario local *El Sol* presenta una posición de inferioridad no solo respecto de su competencia directa (*El Día*) sino también con los demás periódicos digitales.

**Gráfico 2. Prevalencia de los indicadores de buscabilidad en los diarios analizados (Enero de 2017)**



El gráfico 2 permite apreciar que los indicadores buscador simple, mapa web y menú o índice temático están presentes en los seis diarios analizados. Les siguen navegación adaptativa, navegación semántica y archivo, que están presentes en 5 de los 6 diarios analizados (83,33%). El indicador canal RSS está presente en 4 de los 6 diarios analizados (66,66%). Los indicadores con menor frecuencia de aparición son página de resultados que se encuentran en 3 diarios (50%), localización y alertas o boletín electrónico que están presentes en 2 diarios (33,33%) y actualización y buscador avanzado que se encuentran en 1 (16,66%) de los diarios digitales.

A tenor de los resultados expuestos, se pone de manifiesto el interés de los diarios digitales en que sus usuarios accedan de forma temática a la información actual y retrospectiva. Para ello, el mapa Web y el menú temático se convierten en herramientas apropiadas para la consecución de dicho objetivo, ofreciendo al lector la posibilidad de acceder a los contenidos de las distintas secciones de forma rápida, y directa.

Al mismo nivel que los elementos mencionados se encuentran los buscadores simples, los cuales permiten realizar la búsqueda textual por cualquier palabra evitando la navegación.



Por su parte, la navegación semántica y la navegación adaptativa están presentes en casi la totalidad de la muestra. Estas opciones permiten al usuario recorrer las noticias de su interés y acceder a otras de temática similar, al tiempo que permite reconocer en una misma sección cuáles fueron las noticias más leídas o buscadas, respectivamente. Es importante agregar, además, que la navegación semántica ayuda en la exploración de las noticias, ordena los contenidos y evita la dispersión; en tanto que la navegación adaptativa es una forma llamativa que los diarios digitales utilizan para captar la atención de sus lectores.

Llama la atención la elevada frecuencia con la que aparece el canal RSS (n=4; 66.66 %). Si bien es una herramienta muy útil, es al mismo tiempo una de las más desconocidas por parte del lector común. El motivo de ello podría deberse a que para su adecuado uso es necesario tener un programa llamado lector -también conocido como agregador o feed-, registrarse antes de utilizarlo y luego suscribirse a las noticias de interés. Esto permite aseverar que su inclusión en los diarios digitales no es estrictamente necesaria, máxime cuando los lectores tienen la posibilidad de suplir la función de dicho canal por herramientas que están más a su alcance, tal como Twitter o Facebook.

Un aspecto que no puede omitirse es el hecho de que el archivo -que permite a los diarios digitales conservar sus contenidos y satisfacer las demandas de los usuarios cuando buscan información retrospectiva- está presente en cinco de los seis diarios analizados. Esta herramienta no forma parte del diseño Web del diario quilmeño El Sol.

Por último, página de resultados, localización, suscripción a alertas, actualización y buscador avanzado -en orden descendente- tienen una baja presencia respecto al resto de los indicadores. La página de resultados del diario *La Nación* ofrece una gran cantidad de opciones, tanto de filtrado -fecha, rango de fechas, sitio, autor, sección, tema, persona, lugar, organización y medio-, como de ordenamiento: relevancia, más nuevo y más antiguo.

Le siguen Clarín con dos opciones de filtrado -por Web y por imagen- y dos de ordenamiento -por fecha y por relevancia-, y *El Día* con dos opciones de ordenamiento, iguales a las que ofrece *Clarín*, aunque cabe mencionar que las mismas aparecen escritas en inglés.

Es una buena práctica que los diarios agreguen la mayor cantidad posible de opciones de filtrado y ordenamiento para acotar y precisar la búsqueda de información: “Es aconsejable que los usuarios puedan elegir entre diferentes

formatos de presentación de resultados o incluso diseñarlos a medida [...]. En cuanto al orden de presentación de los resultados, es importante que se pueda seleccionar entre varios criterios de ordenación” (Maldonado Martínez y Sánchez Fernández, 1998, p. 532).

Con respecto a la localización, sólo dos diarios ofrecen versiones de noticias de otros países o en otros idiomas: *Clarín* permite obtener noticias en portugués y *La Capital*, noticias de Uruguay. Esta baja presencia en la muestra analizada se podría atribuir al acceso gratuito a los diarios online de todo el mundo. También la suscripción a alertas o boletín electrónico está presente en 2 diarios (33,33%), a saber, *Clarín* con la opción de suscripción a 13 newsletters, y *La Nación* con 12. Para recibir los alertas los usuarios deben registrarse.

La herramienta actualización está presente en un solo diario, *La Nación*, que posee una sección con las últimas noticias ordenadas por hora de actualización. El buscador avanzado goza de la misma suerte. Sólo se encuentra en el diario *El Día*, a pesar de la relevancia de esta herramienta en los procedimientos de recuperación de la información. Junto al buscador simple, es una de las más importantes porque permite combinar términos, utilizar operadores booleanos, de proximidad, acepta truncamientos de palabras, frases exactas, entre otras funciones. Con la ausencia de esta herramienta se reducen las posibilidades de recuperar y acotar la búsqueda.

## **6.2 Análisis cualitativo**

A continuación se individualizan los indicadores de buscabilidad empleados para analizar los diarios digitales y se procede a un examen cualitativo con el fin de caracterizar en detalle los atributos o rasgos más sobresalientes encontrados, así como sus semejanzas y diferencias.

### **Buscador simple**

En todos los diarios analizados está presente el buscador simple, el cual aparece identificado en la página principal de cada portal mediante una lupa, el diario *El Sol* (figura 2) es el único diario que ofrece al lado de su buscador, la opción de búsqueda por fecha mediante un calendario.



Figura 2. Buscador simple por fecha del diario *El Sol*

### Buscador avanzado

Sólo el diario *El Día* (figura 3) ofrece un buscador avanzado en la sección Servicios. Permite buscar por palabras clave, seleccionar la fecha, las secciones y ordenar los resultados de forma ascendente o descendente. Aún así, cabe la posibilidad de preguntarse si la ubicación de dicha herramienta es la pertinente, dado que si no es visible, compromete la RI.

## Resultados de Búsqueda

Palabra clave

Fecha ("dd/mm/aaaa")

Todas las secciones

Ordenado por fecha (descendente)

Figura 3. Buscador avanzado del diario *El Día*

### RSS

*La Voz* tiene esta opción pero no se accede fácilmente, ya que aparece al ingresar a la sección Edición Digital. Al final de la página figuran las opciones para suscribirse a las distintas redes sociales, y allí se encuentra el canal RSS. La coexistencia de tales opciones nos revela un aspecto interesante y es el de la

obsolescencia de ciertos recursos online empleados para promover la lectura de las publicaciones de los diarios digitales.

En un contexto donde prima el uso de las redes sociales cabe preguntarse si es verdaderamente útil la presencia del canal RSS en los portales de noticias. La pregunta se torna legítima por el hecho de que no es difícil conjeturar que los lectores asiduos del diario digital, si están interesados en seguir las noticias publicadas en dicho medio, probablemente escojan las redes sociales y no el canal RSS.

Por cierto, ante un conjunto de opciones brindadas para obtener noticias, es válido considerar que las personas se inclinen por aquellas que les resulten más conocidas. Es menos probable que comiencen a explorar un recurso ignoto, aún cuando se brinde una mínima explicación de cómo funciona ese recurso.

A propósito de esto último, se constató que algunos diarios digitales daban una explicación clara y comprensible acerca del modo de suscribirse al canal RSS. Ello sucede, por ejemplo, en el diario *La Voz* (figura 4).

**La Voz**

MundoD VOS Clasificados Musa Voy de Viaje Agrovoz Club La Voz

Política Ciudadanos Sucesos Negocios Tecnología Vídeos Más

INGRESÁ / REGISTRATE

## RSS

### ¿Para qué sirve?

RSS es un formato de publicación de noticias, al cual se puede acceder a través de programas lectores de noticias sin necesidad de abrir su navegador de Internet. Está basado en XML (Extensible Markup Language) lenguaje que se utiliza para la distribución de contenido en la red.

### Modo de uso

Hay que instalar los programas de “Lectores de noticias” que organizan, actualizan y muestran lo que se va publicando en las diferentes secciones. Para agregar canales hace falta ingresar el URL de cada canal, que se publican a continuación.

<a href="#">Últimas noticias</a>	<a href="#">La Voz</a>	<a href="#">Suplementos</a>	<a href="#">Vos</a>
	<a href="#">Política</a>	<a href="#">Tendencias</a>	<a href="#">Pantallas</a>
	<a href="#">Sucesos</a>	<a href="#">Salud</a>	<a href="#">Música</a>

**INFO RELACIONADA**

- [Sobre la empresa](#)
- [Política de privacidad](#)
- [Términos y condiciones de uso](#)
- [Normas de comunidad y participación](#)
- [Cartas de lectores](#)
- [Reglamento cartas del lector](#)
- [Manual de estilo](#)
- [Normas éticas](#)
- [Media Kit](#)

Figura 4. Canal RSS del diario *La Voz*

Los diarios *Clarín* y *La Nación* (figura 5) incorporan esta opción al pie de la página principal de cada portal con el ícono correspondiente, brindan explicaciones de cómo utilizar esta herramienta y los links a los canales disponibles.

### Sobre RSS

RSS es un formato de publicación de noticias, al cual se puede acceder a través de programas lectores de noticias sin necesidad de abrir su navegador de Internet. Está basado en XML (Extensible Markup Language), lenguaje que se utiliza para la distribución de contenido en la red.

El usuario de RSS puede crear o desechar canales que incluyan por ejemplo, noticias, links, titulares y sumarios. Mediante una notificación el usuario recibe la información a medida que se actualiza el contenido de los sitios, y de este modo aprovecha mejor el



Figura 5. Canal RSS del diario *La Nación*

El diario *El Día* (figura 6) también tiene esta opción al pie de página pero con la leyenda “Noticias RSS”. No ofrece explicación sobre su uso y para suscribirse hay que ingresar primero al lector de noticias personal.

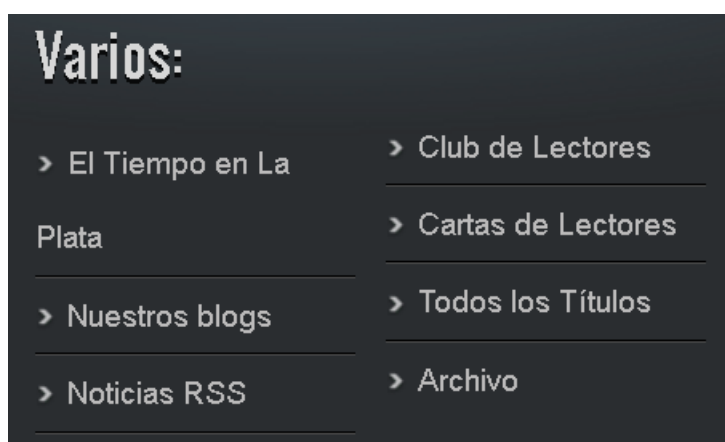


Figura 6. Canal RSS del diario *El Día*

### Archivo

De todos los diarios analizados, cinco poseen archivo: el diario *La Nación* permite buscar noticias desde el año 1995, *Clarín* desde el año 1997, *La Voz* (figura 7) y *La Capital* desde 2001. *La Nación*, *Clarín* y *La Voz* indican al lector la fecha de edición más antigua.

En el diario *El Día* ocurre un hecho insólito: la herramienta Archivo no funciona, su presencia es insulsa. Al elegir esa opción -ubicada al final de la página principal como Ediciones anteriores-, el diario arroja una lista de años ordenados de

manera descendente, pero a los que no se puede acceder (ver figura 11). De esta manera, el lector pierde tiempo al no poder ingresar a ninguno de los pocos años de búsqueda que supuestamente ofrece (2012-2007).

La búsqueda real en el Archivo de dicho periódico se puede efectuar desde la herramienta Búsqueda avanzada (ver figura 3). Nuevamente se presentan algunos inconvenientes, dado que dicha herramienta no permite determinar con certeza cuál es la edición más antigua a la que se puede acceder. El calendario que despliega el botón de Búsqueda avanzada ofrece la siguiente clave: dd/mm/aaaa. Pero solo mediante prueba y error el lector podrá descubrir que es a partir del día 17/11/1999 que se puede acceder a los archivos de aquel periódico digital.



Figura 7. Archivo del diario *La Voz*

El archivo del diario *La Nación* (figura 8) es de difícil acceso. Se ingresa desde el Mapa Web y las búsquedas se realizan a través de un calendario.

#### CALENDARIO



A calendar for January 2017. The days of the week are labeled as Do, Lu, Ma, Mi, Ju, Vi, Sa. The dates are arranged in a grid: 1-7, 8-14, 15-21, 22-28, 29-31, and 5-11.

Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

#### BUSQUEDA POR FECHA

Acceda al Archivo de **LA NACION** por fecha de publicación, disponibles desde diciembre de 1995.

Figura 8. Archivo del diario *La Nación*

El diario *La Capital* (figura 9) posee un archivo por medio de un almanaque, el acceso no es visible. Para ingresar se debe seleccionar la opción “Edición impresa” en la cabecera de la página principal.



The screenshot shows the homepage of **LA CAPITAL**. At the top, there is a navigation bar with "Secciones", "Ovación", "Escenario", and "Edición Im". A calendar for January 2017 is overlaid on the right side, showing the date "Lunes 16 de enero 2017". Below the calendar is a button labeled "Seleccione una fecha" with a calendar icon. The main content area features a "Tema del Día" section with a headline "Las intensas lluvias otra vez anegaron la ciudad y la región".

Figura 9. Archivo del diario *La Capital*

El diario *Clarín* (figura 10) posee un archivo bajo el nombre “Ediciones anteriores”, al cual se accede desde el pie de la página principal. Las consultas también se realizan por medio de un calendario. El diseño de esta herramienta posee una mayor pregnancia que el de los otros diarios que poseen archivo. En virtud de esa propiedad gestáltica del diseño, las formas visuales captan la atención del observador por la simplicidad, equilibrio o estabilidad de su estructura, haciendo que sean más fáciles de recordar y comprender.

En efecto, este diario emplea un sistema de archivo más sencillo y práctico que los otros analizados. Los otros diarios proveen un calendario con flechas en la

parte superior a través de las cuales hay que ir buscando las coordenadas de búsqueda (mes y año) hasta que aparezca la edición deseada; en cambio, Clarín presenta una columna paralela a la figura del calendario donde hay barras horizontales que se despliegan al hacer clic sobre ellas, y que permiten elegir el mes y el año deseado. De este modo, las personas interesadas en buscar noticias en el archivo pueden escoger la opción de búsqueda más directamente y en menos tiempo.

**Clarín**

Sábado 07  
Enero de 2017

Noticias ▾ Deportes ▾ Espectáculos ▾ Estilo ▾ Servicios ▾ Clasificados

**EDICIONES ANTERIORES**

Utilice el siguiente calendario para ingresar a las ediciones de Clarín.com, están disponibles a partir de agosto de 1997. Cada suplemento tiene su propio acceso a ediciones anteriores.

**Enero 2017**

DOM	LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Clarín.com ▾  
enero ▾  
2017 ▾

Figura 10. Archivo del diario *Clarín*

El archivo que mayores dificultades es el del diario *El Día* (figura 11), al cual se puede acceder desde el pie de la página principal, pero solo arroja una lista con links de noticias y años, pero al hacer clic sobre cualquiera de ellos no se puede hacer ninguna búsqueda.



[2013a](#)  
[2012a](#)  
[2011a](#)  
[200a](#)  
[2014i](#)  
[2013i](#)  
[2012i](#)  
[2011i](#)  
[2010i](#)  
[2009i](#)  
[2008i](#)  
[2007i](#)  
[2007i](#)

[La Ciudad recibió el 2014 con un festival de muñecos](#)  
[Por pirotecnia, se quemaron al menos 80 colectivos en la terminal de Rafael Calzada](#)  
[Calor y probabilidad de lluvia para el primer día del año](#)  
[Una nena nacida en San Luis es el primer bebé del año](#)  
[Armar el muñeco de mi ciudad: los preparativos de una fiesta inolvidable](#)  
[Francisco pidió por "fuerza, coraje y esperanza" para este 2014](#)

Figura 11. Archivo del diario *El Día*

### Mapa web

Todos los diarios analizados tienen un mapa web al final de la página principal, pero solamente el diario *La Nación* (figura 12) indica la presencia de esta herramienta con claridad bajo el título “Mapa del sitio”.

**LA NACION** | Mapa del Sitio

Inicio	Comunidad de Negocios	Deportes	Vida y Ocio	Ideas	Espectáculos
Política	Negocios	Fútbol	Tecnología	Cultura	Personajes
Economía	Consumo	Tenis	Relaciones	Libros	Series
Sociedad	Finanzas Personales	Automovilismo	Salud	Entrevistas	Cine
Seguridad	Emprendedores	Básquet	Tendencias	Arte	Televisión
El Mundo	Dólar hoy	Rugby	Ecología	Opinión	Teatro
Buenos Aires	Bonos	Boxeo	Moda	Editoriales	Música
Tecnología	Opciones	Hockey sobre césped	Viajes	Cartas de lectores	
Opinión	Indíces	Golf		Columnistas	
LA NACION Data	Merval	Voleibol		Blogs LA NACION	
Últimas noticias	Merval 25	Más deportes			
Más leídas	Burcap	Estadísticas deportivas			
	The Wall Street Journal	LNcorre			

Figura 12. Mapa web del diario *La Nación*

### Menú o índice temático

Los seis diarios analizados tienen menú o índice temático en el margen superior de la página principal. A continuación se muestran las imágenes de cada menú -por orden alfabético de los diarios digitales- para su posterior análisis descriptivo:

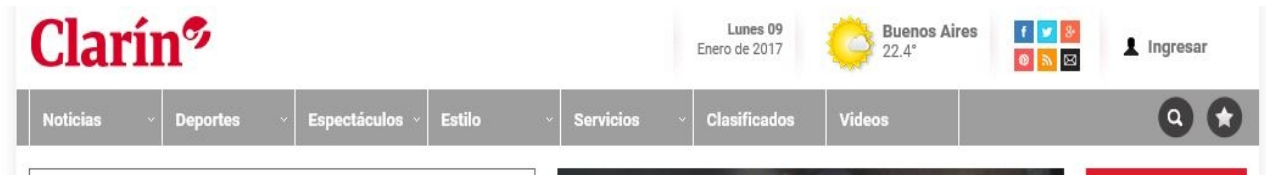


Figura 13. Menú o índice temático del diario Clarín



Figura 14. Menú o índice temático del diario El Día



Figura 15. Menú o índice temático del diario El Sol

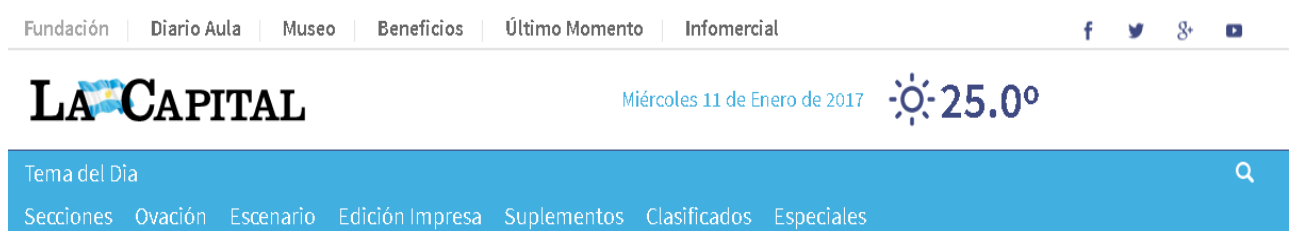


Figura 16. Menú o índice temático del diario La Capital



Figura 17. Menú o índice temático del diario La Nación



Figura 18. Menú o índice temático del diario *La Voz*

Tal como puede apreciarse al comparar las diversas imágenes, todos los menús temáticos poseen en su margen derecho un buscador, simbolizado mediante una lupa o, como en el caso del diario *El Sol* (figura 15), indicado con la palabra *buscar* dentro de una barra horizontal muy visible.

El número de secciones oscila entre 6 y 11, siendo el que más secciones tiene *El Sol* y el que menos, el diario *La Nación* (figura 17). Vale aclarar que estas cantidades corresponden a las secciones destacadas -en negrilla o en letra mayúscula- dentro del menú temático, pues algunos diarios poseen más secciones:

Las secciones que más se repiten son Deportes (*Clarín, La Nación, El Día y El Sol*), Clasificados (*Clarín, La Voz, La Capital y El Día*) y Espectáculos (*Clarín, La Nación, El Día y El Sol*); le siguen Política (*La Voz y El Sol*), Policiales (*El Día y El Sol*) y Negocios (*La Nación y La Voz*). Sólo cuatro diarios tienen los logos de sus redes sociales en el menú temático: *Clarín* (figura 13), *La Nación, La Capital y El Sol*.

El índice temático del diario *La Capital* (figura 16) es el que más difiere respecto de sus pares. El criterio de selección de las pestañas es algo extraño. La primera pestaña se denomina *Secciones*, como si las pestañas contiguas no fueran también secciones de ese diario. Así, pues, el criterio divisivo entre lo que se considera sección o no es ambiguo. Esto sugiere, a nuestro entender, que el editor Web agrupa en una pestaña lo que él supone que son secciones principales, y coloca en pestañas separadas aquellas que considera no tan importantes o de menos fuste.

Sin embargo, lo que sorprende, pues, es que si no son secciones relevantes, le confiera un lugar especial dentro del índice temático, a menos que con ello quiera prestigiarlas dándoles un lugar de jerarquía dentro del sitio Web. De esta manera, los lectores incautos conocerán la existencia de estas secciones supuestamente “menores”, incentivándoles la curiosidad por navegarlas.

## **Página de resultados**

Los diarios digitales *La Voz*, *La Capital* y *El Sol* no tienen opciones de filtrado y ordenamiento en los resultados de la búsqueda. El diario *Clarín* posee dos parámetros para ordenar los resultados: por fecha y por relevancia. Además tiene dos opciones para filtrar el tipo de archivo de los resultados de la búsqueda: imagen y Web.



Figura 19. Página de resultados del diario *El Día*

El diario *El Día* (figuras 19 y 29) tiene dos parámetros para ordenar los resultados: *date* (fecha) y *relevance* (relevancia).



Figura 20. Parámetros de ordenamiento de resultados del diario *El Día*

El diario *La Nación* (figura 21) tiene varios parámetros para ordenar y filtrar la información. Se puede filtrar por rango de fecha, fecha, sitio y autor. Para ordenar los resultados de la búsqueda se pueden aplicar los siguientes parámetros: relevancia, más nuevo y más antiguo.

**FILTRAR POR**

**Rango de fecha**

desde

(día/mes/año)

hasta

(día/mes/año)

Filtrar

**Fecha**

Hoy

[Última semana](#)

[Último mes](#)

[Último semestre](#)

[Último año](#)

**Sitio**

[LA NACION \(36284\)](#)

[canchallena \(21\)](#)

**Autor | ampliar**

[Dante Rofi \(395\)](#)

[Fernando Bertello \(372\)](#)

[Carlos Marín Moreno \(279\)](#)

[Roberto Berasategui \(260\)](#)

[José E. Bordón \(152\)](#)

**Resultados 1-10 de 36305 de llluvias**

Ordenar por: [Relevancia](#) | [Más nuevo](#) | [Más antiguo](#)

---

**Diluvió en la Ciudad y hay alerta por tormenta y caída de granizo**

Mientras tanto, rige una alerta por **lluvias** y tormentas fuertes para la Capital y la provincia de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, noreste de La Pampa, San Luis, Centro y sur de Santa Fe.Las ...

09 ENE 2017 | 19:08 | Buenos Aires | LA NACION

TAGS: [El tiempo](#)

---

**Luciano Pereyra y Los Nocheros hicieron vibrar a Jesús María**

Hasta ahora, se acumulan 2.000 más que en la edición 2016.Los Nocheros abrieron bajo la **lluvia** (comenzaron a las 21, hicieron un corte y regresaron a las 22 para la televisión).

09 ENE 2017 | 17:06 | Canal Espectáculos | LA NACION

TAGS: [Música](#), [Luciano Pereyra](#), [festivales de música](#), [Los Nocheros](#), [Festival de Jesús María](#)

---

**Uyuni, la última parada boliviana: repite por cuarta vez, pero con menos efusividad**

- Las calles tienen el mismo color que los tres años anteriores pero la efusividad mermó en Uyuni ante el paso del Dakar y los motivos son tres: la pérdida de la característica novedosa, la ap...

Figura 21. Página de resultados y filtros del diario *La Nación*

## Localización

Todos los diarios tienen una sección de noticias internacionales. Pero *La Capital* y *Clarín* ofrecen suplementos especiales.

Los diarios *La Capital* y *Clarín* ofrecen la herramienta localización. El diario *La Capital* (figura 22) tiene un suplemento sobre noticias de Uruguay. Este incluye un menú o índice temático con las siguientes secciones: *Inicio*, *Quiénes somos*, *Tarifas*, *Noticias* y *Contacto*. La página principal del suplemento tiene cuatro accesos: *Suplementos especiales*, *La Capital Edición Impresa*, *La Capital Online* y *Suplemento Construyendo*.



Figura 22. Noticias de Uruguay del diario *La Capital*

El diario *Clarín* (figura 23) ofrece una versión digital para leer noticias en portugués. Esta versión digital tiene un menú o índice temático con las siguientes secciones: *Home*, *Noticias Destacadas*, *Brasil*, *Reportajes*, *Revista*, *Columnistas* y *Deportes*. También se puede acceder a las noticias desde la página principal y la sección de “más leídas”. Posee un buscador de noticias y desde el pie de página se puede acceder a las ediciones en PDF clasificadas por fechas. También tiene un acceso para volver a la edición en español.

Además, *Clarín* (figura 24) tiene un suplemento semanal llamado *New York Times International Weekly* creado por editores de Nueva York en colaboración con periodistas de diarios locales de alrededor del mundo. Es un servicio complementario a la fuente de noticias local. La cobertura de temas es global y variada: noticias, ideas y tendencias, análisis, comentarios, finanzas, negocios, política ciencia, tecnología y estilo de vida.



Figura 23. Versión en portugués del diario *Clarín*



Figura 24. Suplemento internacional del diario *Clarín*

### Actualización

Sólo el diario *La Nación* (figura 25) ordena las noticias en forma descendiente en función de su hora de actualización. El resto de los diarios analizados, excepto *El Sol*, tienen secciones con las noticias de último momento.

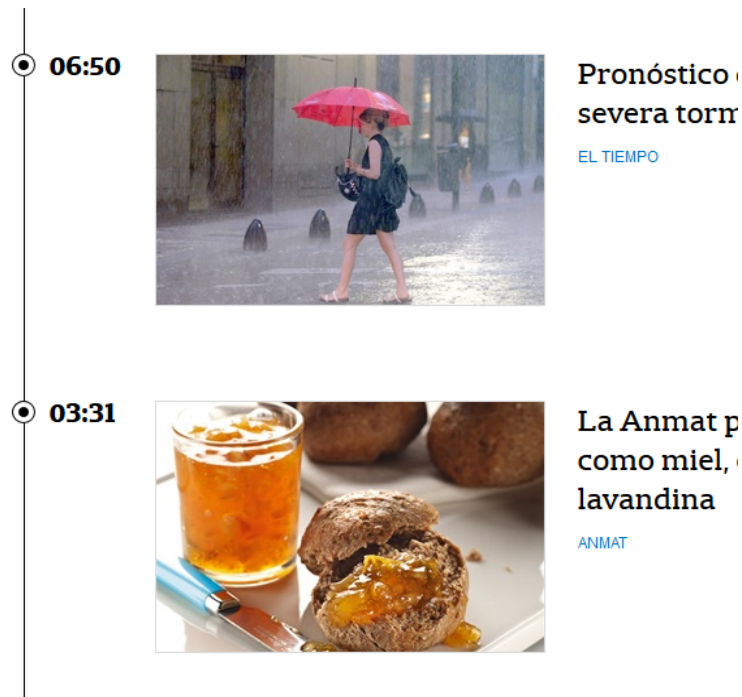


Figura 25. Noticias actualizadas por hora en el diario *La Nación*

### Navegación adaptativa

Cinco de los diarios analizados tienen esta sección donde se encuentran las noticias de mayor impacto, las más leídas, vistas o comentadas. *El Sol*, es el único diario que no tiene esta herramienta. Por su parte, el diario *El Día* (figura 26) tiene dos opciones más vistas y más comentadas.

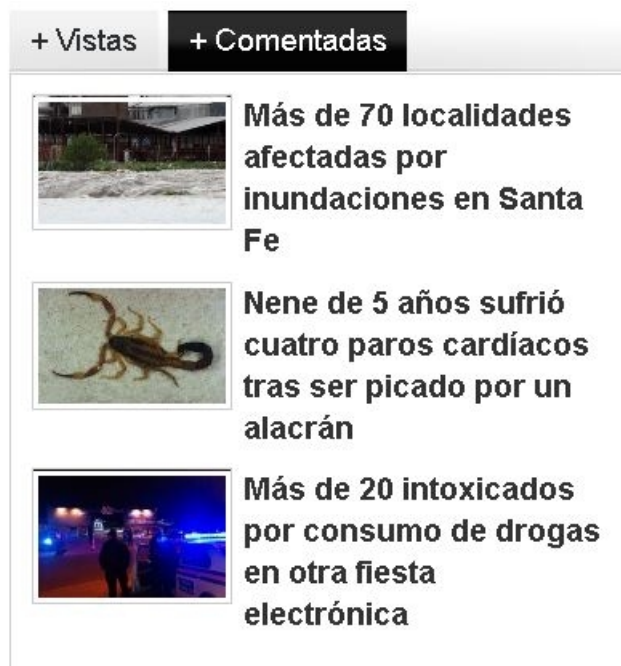


Figura 26. Noticias más leídas y más comentadas del diario *El Día*

## MÁS VISTAS



**Mueren dos personas en despiste en la ruta nacional 9**



**Le molestaban los ladridos, saltó la tapia y despellejó a Chocolate**



**Casi mil nadadores en**

Figura 27. Noticias más vistas del diario *La Voz*

### Las Más Leídas

- 

Varias rutas de la provincia siguen cortadas por los

● La Región **1**
- 

El dolor del jefe de bomberos que no puede ir a rescatar gente

● La Región **2**
- 

Imágenes de la intensa tormenta que azotó a la región desde la

● La ciudad **3**
- 

Algunas rutas provinciales continúan cortadas tras el paso de

● La Región **4**

Figura 28. Noticias más leídas del diario *La Capital*





Figura 29. Noticias más leídas del diario *Clarín*

### Navegación semántica

El usuario puede acceder desde una noticia de su interés a enlaces de noticias semejantes en cinco de los seis diarios analizados. El único que no tiene esta opción es el diario *El Sol*. La mayor cantidad de enlaces que se observó fue 6 en tres diarios digitales: *La Capital* (figura 30), *La Nación* (figura 31) y *Clarín* (figura 34), en tanto que los diarios *El Día* (figura 32) y *La Voz* (figura 33) disponían de 2 enlaces. En promedio, los diarios presentaban 4,4 enlaces para que los lectores accedieran a noticias similares a partir de la búsqueda inicial que habían efectuado.

Noticias relacionadas

<p>Arreglos en la casona de Mitre y la peatonal</p> <p>● La ciudad</p>	<p>Por las inundaciones, el plantel de Central no pudo entrenar en el predio de Arroyo Seco</p> <p>● Temporal</p>
<p>Las dolorosas imágenes de las inundaciones en la provincia de Santa Fe</p> <p>● La Región</p>	<p>En el centro de Rosario se registró el doble de agua caída que en el aeropuerto</p> <p>● Temporal</p>
<p>"Seguimos atrapados en la autopista, nadie nos avisó que no se podía circular"</p> <p>● Temporal</p>	<p>Familiares de un hombre que murió en el Heca causaron destrozos en el hospital</p> <p>● La ciudad</p>

Figura 30. Noticias relacionadas a la noticia principal en el diario *La Capital*

Más sobre **El caso Milagro Sala**

 <p>Para la Tupac Amaru, el secuestro de autos atribuidos a Milagro Sala es parte del "show mediático"</p>	 <p>Ordenan en Jujuy el secuestro de 19 autos atribuidos a Milagro Sala</p>	 <p>Cómo son los autos que la Justicia le secuestró a Milagro Sala y otros miembros de la Tupac Amaru</p>
 <p>Ordenan el secuestro de 19 autos de alta gama de Milagro Sala y su familia</p>	 <p>Héctor Daer coincidió con Alberto Fernández y pidió por la libertad de Milagro Sala</p>	 <p>Garavano: "Milagro Sala no es una presa política"</p>

Figura 31. Enlaces a noticias de temática similar en el diario *La Nación*

 0  0 (Total de votos: 0)

## Noticias relacionadas



“Monsieur” Dakar, con la meta entre ceja y ceja



Sunderland se quedó con el primer puesto en motos

Figura 32. Noticias relacionadas a la noticia principal en el diario *El Día*

### RELACIONADAS



Polémicas declaraciones del ministro de Gobierno de Chubut por el conflicto con mapuches: Son terroristas



Tensión durante el desalojo de un grupo mapuche en Chubut: tres detenidos

Figura 33. Noticias relacionadas del diario *La Voz*

## te puede interesar



Luis Barrionuevo contó por qué Servini lo eligió como interventor del PJ



De Graciela Camaño a Luis Barrionuevo: "¡Ah, en qué lindo quilombo te metiste!"



Luis Barrionuevo mandó a cambiar la llave de la sede del PJ para poder asumir



Aprueban el salvataje de Oil Combustibles la empresa de Cristóbal López



La intervención del PJ: atrinchamiento y escándalo en fotos



El misterioso llamado de Eduardo Duhalde a José Luis Gioja

Figura 34. Noticias relacionadas del diario *Clarín*

### Alertas o boletín electrónico

Los diarios *Clarín* (figura 36) y *La Nación* (figura 35) son los únicos que ofrecen la opción de suscribirse a newsletters o boletines electrónicos.

Mapa del sitio | Ayuda | Términos y condiciones

Newsletter

**LA NACION**  
Cómo anunciar | Suscribirse al diario | Club LN | Opcionales  
Máster en Periodismo | Fundación LA NACION

**OTROS SITIOS**  
Revistas: OHLALÁ! | Rolling Stone | Brando |  
Cocina y recetas | Club de Vino: Bonvivo | Cole  
Clasificados Solidarios: solidarios.lanacion.com

Figura 35. Suscripción a Newsletter del diario *La Nación*

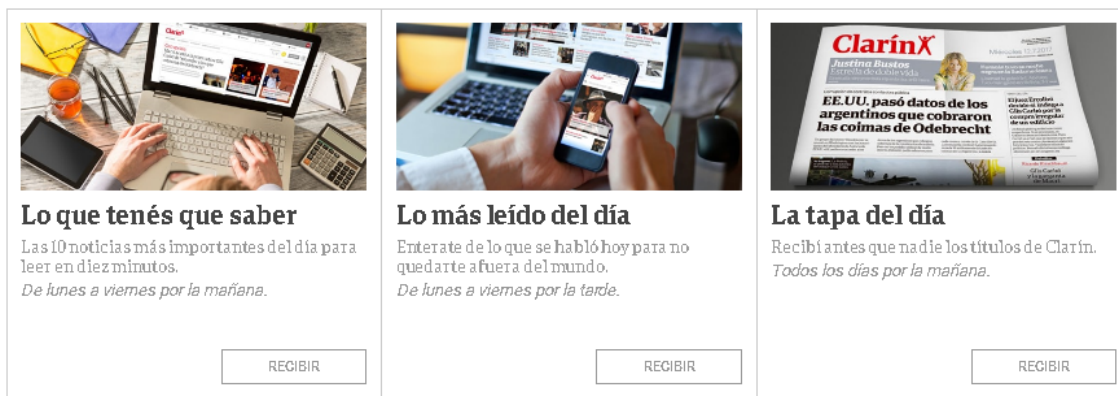


Figura 36. Newsletters del diario *Clarín*

## 7. Conclusiones

A continuación se muestran las conclusiones más importantes de esta investigación, teniendo en cuenta los objetivos formulados al inicio de la misma, además de incluir algunas de recomendaciones de mejora con el fin de que los diarios digitales que fueron analizados puedan optimizar la experiencia de navegación y la práctica de recuperación de la información por parte de los usuarios.

La primera dificultad que hubo que superar para poder realizar el proceso de recolección de datos empíricos estuvo asociada con la falta de una herramienta confiable y unánimemente aceptada para analizar el corpus digital seleccionado. Se tomó la decisión de integrar bajo un mismo modelo los indicadores propuestos por Martínez Rubio (2008) y por Linares, Codina y Pedraza (2015), alcanzándose así el primer objetivo de este trabajo.

Se considera que esta síntesis representa no solo una solución metodológica adaptada a las necesidades de la presente investigación, sino que puede ser una opción muy conveniente para futuros estudios que se propongan indagar el nivel de buscabilidad de los diarios digitales. Las evaluaciones de este tipo pueden ser realizadas no solo por los medios de comunicación que quieran mejorar sus servicios, sino también los bibliotecarios para maximizar la calidad de la búsqueda retrospectiva o actualizada de información publicada en un medio periodístico digital.

Respecto a la descripción de los servicios y las herramientas para la búsqueda y recuperación de la información, eje central del segundo objetivo de este

trabajo, se pudo determinar que los diarios digitales ofrecían a sus lectores el acceso temático a la información actual y retrospectiva. Esto se deduce por la presencia en la totalidad de la muestra del buscador simple, mapa Web y menú o índice temático.

Según la frecuencia de aparición en la muestra de estudio deben mencionarse seguidamente los indicadores Navegación adaptativa, Navegación semántica y Archivo. La herramienta Navegación adaptativa permite ubicar las noticias de gran impacto (las más leídas, vistas o comentadas). La Navegación semántica permite al usuario acceder a la información de su interés y, además, acceder a enlaces de otras noticias con temática similar. El Archivo es el recurso fundamental para recuperar la información actual y retrospectiva. Sin embargo, debe aclararse que este último indicador no funcionaba correctamente en uno de los diarios analizados (El Sol) y en el resto su acceso no era visible en la página principal.

Los diarios digitales deberían desarrollar esta importante herramienta de RI comenzando por la digitalización de los diarios desde su nacimiento o fundación, ofreciendo noticias a texto completo, fotografías, videos, ilustraciones e infografías, permitiendo la búsqueda de información mediante buscadores simples y avanzados, con opciones de filtrado y con la posibilidad de enviar, imprimir, compartir y bajar las noticias en varios formatos. El acceso a este servicio podría ser por suscripción y ofrecer gratuitamente alguna cantidad limitada de artículos para no suscriptores. Invirtiendo y desarrollando un archivo el diario digital atraería más usuarios al ofrecer un producto con valor añadido.

Otro indicador muy común en los diarios digitales analizados fue el Canal RSS. Es verdad que esta herramienta es muy útil pero requiere de algunos conocimientos y otras herramientas extras para utilizarla. Esta dificultad, sumado a que los lectores podrían reemplazarla con las redes sociales mueve a considerar que tal herramienta no sería fundamental en los diarios.

Siguiendo con el análisis de los indicadores con menor nivel de presencia en los medios analizados, se halló que los diarios digitales no conferían importancia a los indicadores Localización y Alertas o boletín electrónico. En el primer caso podría deberse al fácil acceso en diferentes medios periodísticos a noticias internacionales y a una baja difusión o visualización de este servicio. En el segundo caso, si bien dos diarios nacionales que los poseían ofrecían una gran cantidad de boletines electrónicos y de variados temas, podría deberse a un bajo impacto de este producto

en el público, a las redes sociales y a la negativa de los lectores a recibir noticias por mail lo que provoca una saturación de información.

Las redacciones periodísticas tendrían que desarrollar este producto informativo para revertir esta sobreabundancia y dispersión de información y conectarse con el público directamente y atraer nuevos lectores mediante el ofrecimiento de un producto en el que se seleccionan, ordenan, recopilan y difunden por mail contenidos propios o enlaces a fuentes externas.

La herramienta Actualización, que ordena e indica la hora de última actualización de una noticia, y el Buscador avanzado solo aparecieron en un diario. Como se dijo antes, una de las principales ventajas que en la actualidad poseen los diarios digitales es la inmediatez con la que se publican las noticias: ya no es necesario esperar al día siguiente como en el caso de la publicación impresa. Aun así, no todos los diarios digitales actualizan en la misma medida su información. Por eso, el medio digital debe renovar a lo largo del día las noticias sobre los diferentes temas según se vayan generando. La Actualización es un aspecto a mejorar ya que con más actualizaciones habrá más visitantes.

La otra herramienta fundamental que debería desarrollarse es el buscador avanzado para aumentar la RI. Además de ubicarse en un lugar visible debe informar claramente a los usuarios la posibilidad de emplear los operadores (booleanos, de proximidad, de comparación, etc.). De este modo, el buscador avanzado puede ser utilizado por usuarios expertos e inexpertos. Asimismo, debe existir el uso de lenguajes documentales por parte de los diarios digitales a la hora de describir los documentos que publican para su posterior recuperación.

Finalmente, el tercer objetivo específico de este trabajo consistía en evaluar la modalidad de presentación y visualización de los resultados de búsqueda. El indicador Página de resultados representa la vía de acceso para alcanzar dicho objetivo. A este respecto, sólo uno de los tres diarios que cumplían con este indicador tenía varias opciones tanto de filtrado como de ordenamiento. A partir de este resultado se recomienda que los diarios procuren más criterios de filtrado y ordenamiento para que se pueda ajustar la relevancia de las búsquedas.

Los usuarios deberían poder ver en los resultados la ecuación de búsqueda, la posibilidad de rehacerla y ver el número de documentos que se están visualizando con su fecha de publicación. Además, los términos de búsqueda deberían estar

resaltados, además de existir tanto la posibilidad de cambiar el formato de visualización de un documento como la visualización previa.

En los diarios digitales, como en los demás sitios Web, no puede desatenderse un aspecto de fundamental importancia, su usabilidad. Esta propiedad de los sitios Web se refiere a la calidad que perciben en ellos los usuarios que acceden, e incluye aspectos como la facilidad de aprendizaje o la posibilidad de realizar búsquedas. (Romero Zúnica, 2001)

Una innovación que podría considerarse es la búsqueda por voz. La tendencia cada vez más creciente en el uso de tablets y smartphones hizo que los medios digitales ofrezcan suscripciones a versiones para estos dispositivos. Los informáticos y desarrolladores podrían aplicar búsqueda por voz a dichas versiones. Desarrollar interfaces por voz sería una opción atractiva y original para seguir captando lectores y para facilitar las búsquedas, no solo en el texto sino también en los audios. Promover la información a través de audios (*podscats*) y recuperarla mediante motores de búsqueda por voz permitiría recuperar sólo el extracto que se busca.

Como consideración final el bibliotecario puede diversificar y expandir su profesión participando en el desarrollo y diseño web de los diarios digitales. Su formación y habilidades en tecnología e informática le permitirá abarcar los siguientes aspectos de este amplio campo:

- a) Descripción de contenidos.
- b) Control de autoridades.
- c) Desarrollo de los SRI.
- d) Almacenamiento de colecciones digitales.
- e) Digitalización.
- f) Preservación digital.
- g) Accesibilidad, visibilidad y usabilidad Web.

Con el desarrollo de estos aspectos los diarios digitales se convertirán en una fuente de información con valor añadido.



## 8. Bibliografía

- Abadal, E. y Guallar, J. (2010). *Prensa digital y bibliotecas*. Gijón, Trea.
- Albornoz, L. A. (2005). Los diarios online de información general: el caso de los grandes periódicos en español. (Tesis doctoral). Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/19710928.pdf> [Consulta: 25-06-17]
- Alvarez Marcos, J. (2000). Ciberprens@. El medio de los 'diez mil nombres'. En: Revista Latina de Comunicación Social, 31. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/aa2000kjl/z31jl/86alvarez.htm> [Consulta: 04-05-16]
- Amado Suárez, A. (2010). *Prensa y comunicación: relaciones informativas responsables*. Buenos Aires: La Crujía. Recuperado de: [https://www.academia.edu/7204049/Prensa\\_y\\_comunicaci%C3%B3n\\_relaciones\\_informativas\\_responsables?auto=download](https://www.academia.edu/7204049/Prensa_y_comunicaci%C3%B3n_relaciones_informativas_responsables?auto=download). [Consulta: 12-05-17]
- Arquero Avilés, R. y García-Ochoa Roldán, M. L. (2005). *La hemeroteca de prensa*. Gijón, Trea.
- Bawden, D. (2002). Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital. *Anales de Documentación*, 5, 361-408. Recuperado de: <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2261> [Consulta: 01-08-17]
- Bell, D. (1986). *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de prognosis social*. Madrid, Alianza.
- Bianchini, A. (1999). *Concepto y definiciones de hipertexto*. Recuperado de: <http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1JHMV7B65-1DW3BNY-16WD/CONCEPTO%20Y%20DEFINICIONES%20DE%20HIPERTEXTO.pdf>
- Cabrera González, M. A. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa "on line" en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 71-78. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP0101110071A/12814> [Consulta: 27-11-17]
- Castells, M. (2008). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. vol. 1. México, Siglo XXI.
- Castillo, L. y Cueva, A. de la. (2007). Evolución y uso de los lenguajes controlados en documentación informativa. En: *El profesional de la información*, 16, (6), 617-626. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2007.nov.08> [Consulta:31/03/17]

Cobo Romaní, J. C. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. En: *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 14, (27), 295-318. Recuperado de: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/2636> [Consulta: 29/05/17]

Codina, L. (2010). Evaluación de recursos digitales en línea: Concepto, indicadores y métodos. En: *Revista Española de Documentación Científica*, 23, (1), 9-44. Recuperado de: <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/315/479> [Consulta: 04/05/2016]

Crovi Druetta, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. En: *Revista Mexicana de Ciencias políticas y sociales*, 45, (185), 13-33. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5054040.pdf> [Consulta: 29-05-17]

Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism?. En: *Journalism Studies*, 5, (2), 139-152. doi: <https://doi.org/10.1080/1461670042000211131>

Díaz Ríos, M., Fernández Díaz, M. y Águila García, O. (2014). Caracterización de la preparación de los bibliotecarios en búsqueda y recuperación de información. En: *Edumecentro*, 6 (3), 82-94. Recuperado de: <http://www.revedumecentro.sld.cu/index.php/edumc/article/view/385> [Consulta: 11-07-17]

Diez Mediavilla, A. D. (2017). Nuevos retos de la comunicación y la formación de los hablantes: leer en el siglo XXI. En: [Con] textos, 5 (20), 45-53. Recuperado de: <http://revistas.usc.edu.co/index.php/Contextos/article/view/757/35069> [Consulta: 25-07-17]

Domínguez Sánchez-Pinilla, M. (2003). Las tecnologías de la información y la comunicación: sus opciones y sus efectos en la enseñanza. En: *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 8. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100809> [Consulta: 26-05-17]

El Sol (01-11-13). *Revista 86° aniversario*. [Edición especial]. Recuperado de: [https://issuu.com/elsolurbana/docs/aniversario\\_86\\_web](https://issuu.com/elsolurbana/docs/aniversario_86_web) [Consulta: 24-01-17]

Estrella Zambrano, M. G. (2016). *Estudio sobre la usabilidad web dentro de los medios de comunicación ecuatorianos*. (Tesis de licenciatura). Universidad de las Américas, Facultad de Comunicación y Artes Visuales. Escuela de Comunicación. Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/5146> [Consulta: 29-03-17]

García Gómez, J. C. y González Olivares, J. L. (2001). Aproximación a la evaluación cuantitativa de los sistemas de recuperación de información de la prensa en Internet: Exhaustividad y precisión. En: *Scire*, 7, (1), 143-152. Recuperado de: <http://ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/1145/1127> [Consulta: 18/05/16]

García Gómez, J. C. (2004). Usabilidad de las páginas de inicio de los diarios digitales españoles. En: *Scire: representación y organización del conocimiento*, 10, (2), 123-136. Recuperado de: <http://www.ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/download/1499/1477> [Consulta: 25-02-17]

Guallar, J. (2012). *Las hemerotecas de la prensa digital. Análisis de los diarios españoles*. (Tesis doctoral). Universitat de Barcelona, Departament de Bibliotecologia i Documentació. Recuperado de: <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/35868> [Consulta: 23/10/14]

Guallar, J., Abadal, E. y Codina, L. (2013). *Sistemas de acceso a la información de prensa digital: Tipología y evolución*. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187358X2013000300003&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187358X2013000300003&script=sci_arttext&tlng=en) [Consulta: 27-04-16]

Hassan Montero, Y. y Martín Fernández, F. J. (2003). Qué es la Accesibilidad Web. En: *No Solo Usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología*, 2. Recuperado de: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm?iframe=true&width> [Consulta: 20/06/17]

Hernández Sampieri, R. et al. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill: Perú.

IFLA (2005). The Alexandria Proclamation. *Actas del High-Level Colloquium on Information Literacy and Lifelong Learning*, Alejandría, Egipto. Recuperado de: <https://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/high-level-colloquium-2005.pdf> [Consulta: 10-08-17]

Iglesias García, M. (2004). La interactividad en los diarios digitales sin edición impresa en España. *Comunicación presentada en VIII Congreso Español de Sociología*, Alicante, España. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10045/19584> [Consulta: 11/10/16]

Jiménez, A., González, À. y Fuentes i Pujol, M. Las hemerotecas digitales de la prensa en internet. En: *El profesional de la información*, 9, (5), 15-24. Recuperado de:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/2000/mayo/2.pdf> [Consulta: 18/05/16]

La Serna, N., Román, U., Osorio, N., Benito, O., Espezúa, J. y Vega, H. (2004). Estudio y evaluación de los sistemas de recuperación de información. En: *Revista de Investigación de Sistemas e Informática*. 1, (1), 49-58. Recuperado de: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/risi/N1\\_2004/a07.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/risi/N1_2004/a07.pdf) [Consulta: 29-07-17]

La Voz del Interior (2006). *Manual de principios, valores y estilos*. El Emporio, Córdoba.

Lévy, P. (2004). *La inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de: <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org> [Consulta: 29/05/17]

Linares, J., Codina, L. y Pedraza, R. (2015). *Interactividad en cibermedios: Propuesta nuclear de protocolo de análisis*. Barcelona: Serie Editorial Digidoc (UPF). Recuperado de: [http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/23167/protocolo\\_interactividad\\_2015.pdf?sequence=1](http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/23167/protocolo_interactividad_2015.pdf?sequence=1) [Consulta: 31/07/15]

López Aguirre, J. L. (2009a). *Estudio de servicios y productos ciberdocumentales en la prensa digital mexicana*. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN0909110093A/18786> [Consulta: 05-04-15]

López Aguirre, J. L. (2009b). *Estudios de servicios de e-comunicación y productos ciberperiodísticos en la prensa digital mexicana 2008*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2445/35868> [Consulta: 05/04/15]

Lopez Carreño, R. (2003). *Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes* (Tesis doctoral). Universidad de Murcia. Facultad de Ciencias de la Documentación. Departamento de Información y Documentación. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10803/10905> [Consulta: 27-11-17]

Luzar, M. (22 de enero de 2003). *Infografías animadas: el desafío de los medios on line*. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/467923-infografias-animadas-el-desafio-de-los-medios-on-line> [Consulta: 16-05-17]

Maldonado Martínez, A. y Sánchez Fernández, E. (1998). Evaluación de los principales "buscadores" desde un punto de vista documental: recogida, análisis y recuperación de recursos de información.

En: *VI Jornadas Españolas de Documentación*, Valencia, España.  
Recuperado de:  
[http://eprints.rclis.org/15014/1/4\\_BuscadoresCongresoValencia.pdf](http://eprints.rclis.org/15014/1/4_BuscadoresCongresoValencia.pdf) [Consulta: 26-01-16]

Marcos Álvarez, M. (2010). *Ciberprens@*. El medio de los 'diez mil nombres'.  
En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 31. Recuperado de:  
<http://www.revistalatinacs.org/aa2000kjl/z31jl/86alvarez.htm> [Consulta: 04/05/2016]

Marcos Recio, J. C. (2014). Otra forma de plantear la información y documentación en los medios digitales. En *Revista General de Información y Documentación*, 24 (1), 119-134. Recuperado de:  
<https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/45467> [Consulta: 23-04-16]

Marcos Recio, J. C., Sánchez Vigil, J. M. y Serrada Gutiérrez, M. (2009). Nuevos paradigmas periodísticos y documentales en los periódicos digitales: estudio de casos en España. En: *Investigación bibliotecológica*, 23 (49), 43-64. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2009000300003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000300003) [Consulta: 21-11-17]

Martí Lahera, Y. (2007). *Alfabetización informacional: análisis y gestión*. Buenos Aires, Alfagrama.

Martínez Comeche, J. A. (2006). Los modelos clásicos de recuperación de la información y su vigencia. En: *Memoria del Tercer Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Bibliotecología y Documentación*, UNAM, México. Recuperado de: [https://www.ucm.es/data/cont/docs/129-2014-11-04-3\\_seminario\\_hispanomexicano\\_Publicaci%C3%B3n.pdf#page=197](https://www.ucm.es/data/cont/docs/129-2014-11-04-3_seminario_hispanomexicano_Publicaci%C3%B3n.pdf#page=197) [Consulta: 15-01-17]

Martínez-Rubio, R. (2008). La recuperación de la información en los periódicos digitales valencianos. En *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: Cibermedios, confidenciales y weblogs*. Recuperado de: <http://cibermediosvalencianos.es/comloc/Martinez.pdf> [Consulta: 13/04/16]

Martínez-Rubio, R. (2010). Estructura de la información y su recuperación en los diarios digitales andaluces: análisis de las vías de comunicación interna. En *II Congreso Internacional AE-IC*. Recuperado de: <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/443.pdf> [Consulta: 13/04/16]

Ministerio de Cultura. (2013). *Encuesta de consumos culturales y entorno digital*. Recuperado de: <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10> [Consulta: 03-08-17]

Moreno de Nicolás, S. (2004). Ventajas y desventajas de la prensa digital en relación a la prensa impresa. En: *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*, 8, Recuperado de: <http://www.um.es/tonosdigital/znum8/estudios/14-prensa.htm> [Consulta: 28/05/17]

Nielsen, J. (1995). 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Recuperado de: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/> [Consulta: 19-06-17]

Nielsen, J. (2012). Usability 101: Introduction to Usability. Recuperado de: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> [Consulta: 19-06-17]

Noubel, J-F. (2006). *Inteligencia colectiva, revolución invisible*. Recuperado de: <http://www.nemics.com/cc/books/intelco.pdf> [Consulta: 28-06-17]

Nuño Moral, M. V. (2014). Sistemas de acceso y consulta en los diarios digitales españoles. *Investigación bibliotecológica*, 28 (62), 81-98. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187358X2014000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187358X2014000100006&script=sci_arttext) [Consulta: 23/10/14]

Prudkin, G. y Uchôa, P. (2013). Características preliminares del periodismo digital de la provincia de Córdoba a partir de un análisis actual de sus tipos en la Web. *Ponencia presentada en el Cuarto Encuentro Panamericano de Comunicación*. UNC. Escuela de Ciencias de la Información, Córdoba. Recuperado de: <http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/Estudios%20sobre%20periodismo/-Unlicensed-Estudios-sobreperiodismo-Prudkin-Gonzalo.pdf> [Consulta: 21/02/15]

Pujolà, J. y Montmany, B. (2010). Más allá de lo escrito: la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital. En: *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización mediática y culturas digitales*. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/57108/mas\\_alla\\_de\\_lo\\_escrito\\_la\\_hipertextualidad\\_y\\_la\\_multimodalidad\\_en\\_los\\_blogs\\_como\\_estrategias\\_discursivas\\_de\\_la\\_comunicacion\\_digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/57108/mas_alla_de_lo_escrito_la_hipertextualidad_y_la_multimodalidad_en_los_blogs_como_estrategias_discursivas_de_la_comunicacion_digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [Consulta: 12/09/17]

Rodríguez-Martínez, R. y Pedraza-Jiménez (2009). Prensa digital y Web 2.0. En: *Hipertext.net*, 7. Recuperado de: <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-7/prensa-digital.html> [Consulta: 14/05/17]

Romero Zúnica, R. (2001). *Usabilidad y accesibilidad, dos enfoques complementarios*. Recuperado de: <http://acceso.uv.es/accesibilidad/artics/01-usabilidad-accesibilidad.htm> [Consulta: 31/01/18]

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* (Tesis doctoral) Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Comunicació. Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf> [Consulta: 23/04/16]

Rost, A. y García, V. (2008). Del volcado del diario impreso a la lógica blog: Doce años de Clarín.com. En: *Periodismo digital en la argentina: diseño, interactividad, hipertexto y multimedialidad en sitios de noticias*. Río Negro, PublicFadecs.

Rost, A., Pagni Reta, M. E. y Apesteguía, E. (2008). Cómo navegan los usuarios de sitios de noticias. En: *Periodismo digital en la argentina: Diseño, interactividad, hipertexto y multimedialidad en sitios de noticias*. Río Negro, PublicFadecs.

Rubio Lacoba, M. y Blanco García, J. C. (2010). Mejor que un buscador, un encontrador. En: *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 273-287. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/19632> [Consulta: 18/05/16]

Salvador Oliván, J. A. (2008). *Recuperación de la información*. Buenos Aires, Alfagrama.

Sánchez Vanderkast, E. J. (2010). Perspectivas bibliotecológicas de “acceso a la información”. En: *Revista códigos*, 6, (2), 173-180. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/20208/1/Perspectivas%20bibliotecol%C3%B3gicas%20de%20acceso%20a%20la%20informaci%C3%B3n.pdf> [Consulta: 19-07-17]

Smerling, T. (2013). Un estudio comparativo entre medios de comunicación regionales: La prensa tradicional y los portales de Internet en ciudades del Interior de la Argentina. En: *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*, Logroño. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4249521> [Consulta: 11/06/16]

Toca Torres, C. E. (2014). Inteligencia colectiva: enfoque para el análisis de redes. *Estudios gerenciales*, 30, (132), 259-266. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.014>

UNESCO (2005). Hacia las sociedades del conocimiento. París, UNESCO.  
Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>

[Consulta: 22/06/17]

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. De las ciencias: Buenos Aires.

## 9. Anexo

**Tabla 5.** GRILLA DE OBSERVACIÓN DE CIBER-MEDIOS PERIODÍSTICOS

<b>Indicador</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Valor</b>
1. ¿Existe un formulario que permita realizar una búsqueda simple?		
2. ¿Existe un formulario que permite utilizar operadores booleanos o realizar una búsqueda parametrizada?		
3. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un canal RSS?		
4. ¿Puede el usuario acceder a las noticias retrospectivas a través del		



archivo del diario digital?		
5. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su sitio web?		
6. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de las distintas secciones de su sitio web?		
7. ¿Ofrece la página de resultados opciones de ordenación y/o filtrado?		
8. ¿Se permite al usuario acceder a una versión global del medio de comunicación en el que se facilitan un mayor número de enlaces a medios externos?		
9. ¿Puede el usuario leer una versión donde aparezcan las informaciones que se han actualizado de forma más reciente y se facilite la hora de actualización?		
10. ¿Puede el usuario conocer qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web?		

11. ¿Puede el usuario encontrar noticias de temática similar desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés?		
12. ¿Puede el usuario suscribirse a servicios de newsletter (móvil o correo electrónico)?		
Total Puntuación		

**Tabla 6.** DIARIO CLARÍN (FECHA DE CONSULTA: 16/01/17)

Indicador	Observaciones	Puntuación
1. ¿Existe un formulario que permita realizar una búsqueda simple?		si
2. ¿Existe un formulario que permite utilizar operadores booleanos o realizar una búsqueda parametrizada?		no
3. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un canal RSS?		si
4. ¿Puede el usuario acceder a las noticias retrospectivas a través del archivo del diario digital?		si
5. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su		si

sitio web?		
6. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de las distintas secciones de su sitio web?		si
7. ¿Ofrece la página de resultados opciones de ordenación y/o filtrado?	Presenta las siguientes opciones de filtrado: fecha, relevancia, web, imagen	si
8. ¿Se permite al usuario acceder a una versión global del medio de comunicación en el que se facilitan un mayor número de enlaces a medios externos?	Noticias en portugués	si
9. ¿Puede el usuario leer una versión donde aparezcan las informaciones que se han actualizado de forma más reciente y se facilite la hora de actualización?		no
10. ¿Puede el usuario conocer qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web?	Cuando se abre una noticia, en el margen derecho figura la sección "las más leídas"	si
11. ¿Puede el usuario encontrar noticias de		si

temática similar desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés?		
12. Puede el usuario suscribirse a servicios de newsletter (móvil o correo electrónico)?		si
Valor		10

**Tabla 7. Diario La Nación** (FECHA DE CONSULTA: 16/01/17)

Indicador	Observaciones	Puntuación
1. ¿Existe un formulario que permita realizar una búsqueda simple?		si
2. ¿Existe un formulario que permite utilizar operadores booleanos o realizar una búsqueda parametrizada?		no
3. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un canal RSS?		si
4. ¿Puede el usuario acceder a las noticias retrospectivas a través del archivo del diario digital?		si
5. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su		si

sitio web?		
6. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de las distintas secciones de su sitio web?		si
7. ¿Ofrece la página de resultados opciones de ordenación y/o filtrado?	Presenta las siguientes opciones de filtrado: fecha, relevancia, web, imagen	si
8. ¿Se permite al usuario acceder a una versión global del medio de comunicación en el que se facilitan un mayor número de enlaces a medios externos?		no
9. ¿Puede el usuario leer una versión donde aparezcan las informaciones que se han actualizado de forma más reciente y se facilite la hora de actualización?	Existe una sección "Últimas noticias" pero no tiene hora	si
10. ¿Puede el usuario conocer qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web?		si
11. ¿Puede el usuario encontrar noticias de		si

temática similar desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés?		
12. ¿Puede el usuario suscribirse a servicios de newsletter (móvil o correo electrónico)?		si
Valor		10

**Tabla 8.** DIARIO LA VOZ (FECHA DE CONSULTA: 17/01/17)

Indicador	Observaciones	Puntuación
1. ¿Existe un formulario que permita realizar una búsqueda simple?		si
2. ¿Existe un formulario que permite utilizar operadores booleanos o realizar una búsqueda parametrizada?		no
3. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un canal RSS?	Desde la opción "Versión digital"	si
4. ¿Puede el usuario acceder a las noticias retrospectivas a través del archivo del diario digital?	Desde la opción "Ediciones anteriores"	si
5. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su sitio web?		si

6. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de las distintas secciones de su sitio web?		si
7. ¿Ofrece la página de resultados opciones de ordenación y/o filtrado?		no
8. ¿Se permite al usuario acceder a una versión global del medio de comunicación en el que se facilitan un mayor número de enlaces a medios externos?		no
9. ¿Puede el usuario leer una versión donde aparezcan las informaciones que se han actualizado de forma más reciente y se facilite la hora de actualización?		no
10. ¿Puede el usuario conocer qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web?	Cuando se abre una noticia, figura la sección "más vistas"	si
11. ¿Puede el usuario encontrar noticias de temática similar desde la página donde encuentra la noticia que es de su	Sección "Relacionadas"	si

interés?		
12. Puede el usuario suscribirse a servicios de newsletter (móvil o correo electrónico)?		no
Valor		7

**Tabla 9.** DIARIO LA CAPITAL (FECHA DE CONSULTA: 17/01/17)

Indicador	Observaciones	Puntuación
1. ¿Existe un formulario que permita realizar una búsqueda simple?		si
2. ¿Existe un formulario que permite utilizar operadores booleanos o realizar una búsqueda parametrizada?		no
3. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un canal RSS?		no
4. ¿Puede el usuario acceder a las noticias retrospectivas a través de del archivo del diario digital?	Desde el mes de noviembre de 2001	si
5. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su sitio web?		si
6. ¿Puede el usuario		si



acceder a las noticias a través de las distintas secciones de su sitio web?		
7. ¿Ofrece la página de resultados opciones de ordenación y/o filtrado?		no
8. ¿Se permite al usuario acceder a una versión global del medio de comunicación en el que se facilitan un mayor número de enlaces a medios externos?	Se puede acceder a noticias de Uruguay	si
9. ¿Puede el usuario leer una versión donde aparezcan las informaciones que se han actualizado de forma más reciente y se facilite la hora de actualización?		no
10. ¿Puede el usuario conocer qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web?		si
11. ¿Puede el usuario encontrar noticias de temática similar desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés?		si

12. Puede el usuario suscribirse a servicios de newsletter (móvil o correo electrónico)?		no
Valor		7

**Tabla 10.** DIARIO EL DÍA (FECHA DE CONSULTA: 18/01/17)

Indicador	Observaciones	Puntuación
1. ¿Existe un formulario que permita realizar una búsqueda simple?		si
2. ¿Existe un formulario que permite utilizar operadores booleanos o realizar una búsqueda parametrizada?		si
3. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un canal RSS?		si
4. ¿Puede el usuario acceder a las noticias retrospectivas a través del archivo del diario digital?	El archivo permite hacer búsquedas por año y títulos	si
5. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su sitio web?		si
6. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de las distintas secciones de su sitio web?		si

7. ¿Ofrece la página de resultados opciones de ordenación y/o filtrado?	Presenta las siguientes opciones de filtrado: fecha y relevancia	si
8. ¿Se permite al usuario acceder a una versión global del medio de comunicación en el que se facilitan un mayor número de enlaces a medios externos?		no
9. ¿Puede el usuario leer una versión donde aparezcan las informaciones que se han actualizado de forma más reciente y se facilite la hora de actualización?		no
10. ¿Puede el usuario conocer qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web?		si
11. ¿Puede el usuario encontrar noticias de temática similar desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés?		si
12. Puede el usuario suscribirse a servicios de		no

newsletter (móvil o correo electrónico)?		
Valor		9

**Tabla 11.** DIARIO EL SOL (FECHA DE CONSULTA: 18/01/17)

Indicador	Observaciones	Puntuación
1. ¿Existe un formulario que permita realizar una búsqueda simple?		si
2. ¿Existe un formulario que permite utilizar operadores booleanos o realizar una búsqueda parametrizada?		no
3. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un canal RSS?		no
4. ¿Puede el usuario acceder a las noticias retrospectivas a través del archivo del diario digital?		no
5. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su sitio web?		si
6. ¿Puede el usuario acceder a las noticias a través de las distintas secciones de su sitio web?		si

7. ¿Ofrece la página de resultados opciones de ordenación y/o filtrado?		no
8. ¿Se permite al usuario acceder a una versión global del medio de comunicación en el que se facilitan un mayor número de enlaces a medios externos?		no
9. ¿Puede el usuario leer una versión donde aparezcan las informaciones que se han actualizado de forma más reciente y se facilite la hora de actualización?		no
10. ¿Puede el usuario conocer qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web?		no
11. ¿Puede el usuario encontrar noticias de temática similar desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés?		no
12. Puede el usuario suscribirse a servicios de newsletter (móvil o correo		no

electrónico)?		
Valor	3	