



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL CIBERPERIODISMO:
HIPERTEXTUALIDAD, MULTIMEDIALIDAD E INTERACTIVIDAD EN LAS
NOTAS PRINCIPALES DE LAS WEBS *LA INDUSTRIA DE TRUJILLO* Y
CORREO – LA LIBERTAD DURANTE LOS MESES DE JUNIO, JULIO Y
AGOSTO DE 2013”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciadas en Ciencias de la Comunicación

Autores:

Mayra Alejandra Florian Guerrero

Maria Ana Lucía Gómez Tesén

Asesor:

Mg. Lic. Luis Eduardo García López

Trujillo – Perú

2014

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachiller Mayra Alejandra Florian Guerrero y Maria Ana Lucía Gómez Tesén denominada:

**“ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL CIBERPERIODISMO: HIPERTEXTUALIDAD,
MULTIMEDIALIDAD E INTERACTIVIDAD EN LAS NOTAS PRINCIPALES DE LAS WEBS DE LA
INDUSTRIA DE TRUJILLO Y CORREO-LA LIBERTAD DURANTE LOS MESES DE JUNIO, JULIO
Y AGOSTO DE 2013”**

Lic. Luis Eduardo García López
ASESOR

Lic. Oscar Paz Campuzano
JURADO

Lic. Pepe Hidalgo Jiménez
JURADO

Lic. Hugo Vergara Lau
JURADO

DEDICATORIA

A nuestros padres que nos apoyaron en este proceso.

AGRADECIMIENTO

A Luis Eduardo García López, nuestro asesor y profesor.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Damos cumplimiento a las disposiciones legales vigentes y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada del Norte de la ciudad de Trujillo, y ponemos a su disposición el informe de tesis titulado:

“Análisis de las características del ciberperiodismo: multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en las notas principales de las webs de *La Industria de Trujillo y Correo – La Libertad* durante los meses de Junio, Julio y Agosto de 2013”

Consideramos que la presente investigación es el resultado de los conocimientos adquiridos en nuestra experiencia como estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

Esperamos que el estudio pueda ser de gran ayuda para quienes deseen ampliar y complementar sus conocimientos sobre este tema. Así también, lo consideramos un referente para conocer la evolución del ciberperiodismo en ambas webs.

Las autoras

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE LA TESIS	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	iv
PRESENTACIÓN	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	12
1.1. <i>Realidad problemática</i>	12
1.2. <i>Formulación del problema</i>	15
1.3. <i>Justificación</i>	16
1.4. <i>Limitaciones</i>	16
1.5. <i>Objetivos</i>	17
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	17
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	17
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	18
2.1. <i>Antecedentes</i>	18
2.2. <i>Bases Teóricas</i>	22
2.2.1. <i>Ciberperiodismo</i>	22
2.2.2. <i>Lenguaje en internet</i>	29
2.2.3. <i>Redacción web</i>	32
2.2.4. <i>Arquitectura de la información</i>	35
2.2.5. <i>Características del ciberperiodismo</i>	37

2.2.6.	Elementos de la noticia	55
2.3.	<i>Marco institucional</i>	73
2.3.1.	La Industria de Trujillo	73
2.3.2.	Correo-La Libertad	75
2.4.	<i>Definición de términos básicos</i>	77
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS		79
3.1	Operacionalización de variables	79
CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS.....		80
4.1.	<i>Tipo de diseño de investigación</i>	80
4.2.	<i>Material de estudio</i>	80
4.2.1.	Población	80
4.2.2.	Muestra.....	80
4.3.	<i>Técnicas, procedimientos e instrumentos</i>	81
4.3.1.	Para recolectar datos	81
4.3.2.	Para analizar información	81
CAPÍTULO 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		85
5.1.	<i>Resultados</i>	85
5.1.1.	Hipertextualidad.....	86
5.1.2.	Multimedialidad.....	89
5.1.3.	Interactividad	92
5.1.4.	Periodística	93
5.2.	<i>Discusión</i>	100
5.2.1.	Hipertextualidad.....	100
5.2.2.	Multimedialidad.....	101
5.2.3.	Interactividad	103
5.2.4.	Periodística	105
CONCLUSIONES.....		109
RECOMENDACIONES.....		111
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		112
ANEXOS		119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Respecto al uso de nodos internos y externos	88
Tabla 02: Respecto a las estructuras del hipertexto	89
Tabla 03: Respecto al tipo de agentes multimedia que usan los portales	92
Tabla 04: Tipo de multimedialidad que predomina en los cibermedios	93
Tabla 05: Respecto al tipo de elementos interactivos que usan los portales	91
Tabla 06: Respecto a la estructura usada por los medios	96
Tabla 07: Respecto a la presencia de los datos: autoría y lugar	99
Tabla 08: Respecto a la presencia de los datos: autoría de agentes multimedia y pie de foto.	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Análisis de las características ciberperiodísticas en <i>La Industria de Trujillo y Correo – La Libertad</i>	86
Gráfico 02: Evaluación del hipertexto en <i>La Industria de Trujillo</i>	87
Gráfico 03: Tipo de imágenes referenciales en <i>La Industria de Trujillo y Correo – La Libertad</i>	91
Gráfico 04: Uso de titulares en <i>La Industria de Trujillo y Correo – La Libertad</i>	94
Gráfico 05: Uso de los tipos de lead en <i>La Industria de Trujillo y Correo - La Libertad</i>	95
Gráfico 06: Tipo de noticia según la Voz en <i>La Industria de Trujillo y Correo – La Libertad</i>	97
Gráfico 07: Uso de fecha y hora en <i>La Industria de Trujillo y Correo - La Libertad</i>	98

RESUMEN

La presente investigación analizará la situación en la que se encuentra el ciberperiodismo en las plataformas digitales de los diarios *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad*, ambos principales medios de la capital liberteña. Para esto, se analizará el uso de la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en las principales notas principales de estas webs.

El estudio, además, podrá permitir la identificación de otra característica en las plataformas digitales de los citados medios, lo cual ayudará a conocer el grado de desarrollo que tienen.

Asimismo, este proyecto contiene la revisión de las teorías de algunos estudiosos en la materia sobre las características del nuevo periodismo y de cómo deben ser utilizadas en las plataformas digitales.

Por último, este trabajo podrá servir de base para nuevos estudios sobre la evolución del ciberperiodismo en Trujillo.

ABSTRACT

The current project will analyze the situation of ciberjournalism in Trujillo choosing the webs of *La Industria de Trujillo* and *Correo-La Libertad* as samples, both being the most important newspapers in the city. In order to do this research, the foremost news of these newspapers will be tested and analyzed according to the features of ciberjournalism which are: multimediality(multimedia), hypertextuality and interactivity.

This investigation will also try to find another feature in this both journals, which will help to know how developed these are.

Additionally, this project also contains the revision of theories made by researchers of ciberjournalism about its features and how the webs should be used.

Lastly, this work could also serve as a base for future studies about ciberjournalism in Trujillo.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La constante evolución tecnológica, encabezado por la aparición de internet, ha originado cambios en nuestra forma de vida tanto en los aspectos económicos, sociales y, sobre todo, comunicacionales.

El internet se concibió como una iniciativa militar de Estados Unidos para hacer frente a un eventual ataque atómico que pudiera aislar las ciudades, por eso se diseñó un medio horizontal en donde todos los nodos tengan la misma jerarquía. Esto ha hecho posible su rápido crecimiento a finales del siglo XX. (Sánchez, 2007)

La aparición de la 'red de redes' como es conocido internet ha constituido un nuevo escenario. Castells, quien es citado por Salmón G. (2009), señala que la humanidad en este último cuarto de siglo ha entrado a un nuevo mundo de la comunicación: la Galaxia Internet, del mismo modo que la difusión de la imprenta en occidente dio lugar a lo que McLuhan demonimó Galaxia Gutemberg.

A su vez, Yezers'ka, L. (2008), menciona que el internet ha revolucionado de un modo significativo y rápido la manera de vivir transformando la forma de organización social.

Asimismo, Castells, citado por Salmón (2009), menciona que la aparición de internet a diferencia de otras revoluciones tiene su núcleo de transformación que remite a las tecnologías del procesamiento de la información y comunicación. Así las fronteras de tiempo y espacio han sido derribadas permitiendo que el procesamiento de información se intensifique y la transmisión de contenidos sea para las masas.

Esto ha originado que los medios de comunicación tradicionales usen plataformas digitales para continuar informando al usuario sobre lo que pasa pero con una diferencia: la inmediatez.

En ese sentido, Salmón detalla que el rol del periodista, quien hasta ahora sólo participaba como emisor del mensaje, cambia y se adecua gracias a las posibilidades interactivas que las nuevas tecnologías ofrecen a los usuarios.

“El uso de la tecnología digital, propia de las redes telemáticas e internet, aporta a la profesión una serie de importantes ventajas, entre las que destacan la narración hipertextual que permite la organización no secuencial de la información, la interactividad que brinda a la audiencia la posibilidad de interactuar con el medio periodístico, la cualidad multimedia que integra diferentes formatos de información (textos, imágenes, sonido, vídeo y animación) en un único soporte digital y la instantaneidad de la información que rompe con el concepto de periodicidad de los medios y permite una actualización constante de la información” (Yezers’ka, L. pág 18).

Yezers’ka, L. (2008), destaca que las potencialidades ofrecidas por internet como el nuevo entorno para la difusión de los contenidos periodístico obligaron a los medios tradicionales a buscar la forma de salir al ciberespacio.

En la década del 1990, se inició la evolución de las páginas web de los medios de comunicación a nivel mundial. En Europa y Estados Unidos, los periódicos han establecido una presencia más sólida gracias a los avances tecnológicos y económicos.

En cambio, los países de América Latina han compartido que las innovaciones económicas, sociales y tecnológicas del mundo desarrollado han llegado con años y, a veces, con décadas de retraso como lo señala Durán Soto (2003), quien es citado por Yezers’ka.

Esto ha originado la aparición de una “brecha digital” producto de las desigualdades de los países y los grupos de personas en cuanto al acceso de los avances tecnológicos. Aunque en los últimos años se ha dado un avance significativo como lo señala la Unión Internacional de Comunicaciones en su reporte de Medición de la Sociedad de la Información (2013).

“(…) Asia y el Pacífico y las Américas tienen las mayores disparidades regionales en el desarrollo de las TIC, reflejo de la diversidad del desarrollo y de los niveles de ingresos, su brecha digital regional también se está reduciendo”, (Medición de la Sociedad de la Información, pág. 11)

Díaz Nosty, B. (2007) señala que de las aproximadamente 1 582 periódicos en América y España solo el 66,3% produce una edición digital.

Además, Franco y Guzmán (2004), quien es citado por Díaz Nosty, B (2007), afirma que las ediciones digitales de los diarios latinoamericanos viven con escasos recursos, “atendidas por jóvenes periodistas que suelen estar peor retribuidos que los que trabajan en el soporte impreso, por lo que, son pocos los casos de periodismo continuo, esto es, de versiones online con actualización durante las 24 horas al día” (Pág. 47)

En ese sentido, la investigación dirigida por Díaz Nosty en el 2007 revela que en el Perú de 74 diarios impresos solo 38 (51,4%) cuentan con una edición digital.

Como lo señala Roland de Wolk (2000), citado por Sánchez Rodríguez (2007), el periodismo digital es aquel donde las noticias y la información están colocadas en una página web para que las personas puedan verlas, leerlas y escucharlas a través de sus computadoras y portátiles.

En el norte del Perú, el diario *El Tiempo* de Piura fue el primero en inaugurar su página web el 15 de agosto de 1997.

La jefa de redacción de dicho periódico en aquel tiempo, Fabiola Morales Castillo, citada por Yezers'ka, señala que el objetivo de este sitio fue: “Ofrecer un periódico electrónico que fuera portador de la imagen de la Región en el Perú y el extranjero; así como servir particularmente al cibernauta piurano que se encuentra en Lima, en cualquier lugar del país o en el exterior, sin discriminar a otro tipo de usuario”.

Tres años después, a inicios del siglo XXI, La Industria de Trujillo y Satélite contaban con sus plataformas digitales mientras que la agencia de noticias Perú Prensa aparecía en el ciberespacio como lo señala Zeta de Pozo, R. (2002).

De acuerdo a la investigación realizada por Yezers'ka, en el 2004, solo los mencionados diarios trujillanos contaban con sus ediciones digitales. Además, ambas plataformas de los medios impresos obtuvieron puntuaciones de 1 a 2 en el aspecto de interactividad; mientras que el diario El Comercio obtuvo un puntaje de 9. Esto demuestra la 'brecha' en avances tecnológicos que tiene los diarios regionales con los de alcance nacional.

Pese a esta situación no existe un estudio que revele los avances que hayan logrado los diarios locales, por lo que, es importante analizar y comparar la situación actual de las plataformas de los medios de comunicación escritos para conocer las características del ciberperiodismo que son aplicadas en estas web trujillanas.

1.2. Formulación del problema

Las consideraciones previas conducen a las siguientes interrogantes de investigación:

- **Enunciado global**

¿Qué características del ciberperiodismo (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad) presentan las notas principales de las plataformas digitales de La Industria de Trujillo y Correo-La Libertad publicadas durante el segundo trimestre del 2013?

- **Enunciados específicos**

¿Cuáles son los elementos periodísticos de las notas principales de las plataformas digitales de La Industria de Trujillo y Correo - La Libertad publicadas durante Junio, Julio y Agosto del 2013?

¿Qué notas principales de las webs La Industria de Trujillo y Correo-La Libertad publicadas durante Junio, Julio y Agosto de 2013 utilizan la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad?

¿Qué elementos multimedia conforman las notas principales de las plataformas digitales de La Industria de Trujillo y Correo-La Libertad publicadas durante Junio, Julio y Agosto del 2013?

1.3. Justificación

La presente tesis se justifica en la necesidad de estudiar la transformación de los medios impresos en la era digital, dando como resultado el ciberperiodismo.

La investigación se sustenta en la ausencia de un estudio sobre la evolución de los medios locales en el ciberperiodismo. Esto permitirá conocer mejor su situación y formar una base para las futuras investigaciones en el ámbito del periodismo digital, proveyendo un marco teórico y un análisis comparativo, que pueda ser usado como referencia por futuros investigadores en la evolución de este nuevo periodismo.

Finalmente, la realización del estudio permitirá guiar a los medios de comunicación *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad* a desarrollar de forma adecuada sus webs.

1.4. Limitaciones

- Falta de estudios sobre las plataformas digitales de *La Industria de Trujillo* así como de *Correo-La Libertad*. Además, no existe una investigación sobre la evolución del ciberperiodismo en la región.
- No se pueden estudiar todas las notas publicadas durante el periodo de esta investigación debido a la falta de tiempo y medios necesarios.
- Las deficiencias técnicas que se presentan en el portal de *La Industria de Trujillo*.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Describir las características del ciberperiodismo (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad) que presentan las notas principales de las plataformas digitales de los diarios *La Industria de Trujillo* y *Correo - La Libertad* publicadas durante los meses de junio, julio y agosto del 2013.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar los elementos periodísticos que conforman las notas principales de las plataformas digitales de los diarios: *La Industria de Trujillo* y *Correo - La Libertad* durante los meses de junio, julio y agosto del 2013.
- Determinar el número de notas principales de los diarios *La Industria de Trujillo* y *Correo - La Libertad* publicadas durante los meses de junio, julio y agosto del 2013 que presentan la característica de multimedialidad, interactividad e hipertextualidad.
- Determinar los agentes multimedia usados con mayor frecuencia en la construcción de las notas principales de las plataformas digitales de los diarios *La Industria de Trujillo* y *Correo - La Libertad* publicadas durante los meses de junio, julio y agosto de 2013

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

La presente tesis cuenta con los siguientes antecedentes de estudios elaborados por otros académicos:

- *Tesis de Fiorella Ménendez Cattarini* elaborada en el 2011, titulada “Características ciberperiodísticas que presentan las notas principales de las versiones electrónicas de los diarios *El Comercio* y *La República*” de la Universidad Privada del Norte para obtener el grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación.

En este estudio, se realiza un análisis de las notas principales que se presentan en las citadas plataformas digitales con la finalidad de determinar las características de éstas, así como el uso de la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.

- *Tesis de Gisella Velda Salmón Salazar* elaborada en el 2009, titulada “Del papel a la red: La configuración del lenguaje ciberperiodístico, desarrollo y tendencias de la prensa digital peruana. Análisis de los casos: *El Comercio*, *RPP* y la *Agencia de Noticias Andina*” de la Pontificia Universidad Católica del Perú para obtener el grado de licenciada en Periodismo.

En esta tesis, se analiza el estado en el que se encuentran las plataformas digitales de los medios mencionados con la finalidad de determinar su actual estado así como las características que presentan.

- *Tesis de Pichihua, Sofía* elaborada en el 2012 titulada “Producción de noticias en las redacciones digitales de *Perú.21* y *Depor*” de la Pontificia Universidad Católica del Perú para obtener el grado de licenciada en Periodismo.

La autora analiza el proceso de convergencia de ambos diarios impresos a la web. Además, el proceso de la construcción de noticias en la plataforma digital.

En esta investigación, a su vez, la autora determina que existe una diferencia entre el proceso de integración de redacciones entre *Perú.21* y *Depor*.

En el caso de Perú.21, cuya web fue creada en 2002, el proceso de producción de noticias es una colaboración limitada en la cual los redactores del impreso no tienden a escribir para la web por iniciativa propia, siendo muy pocos los casos en que esto sucede.

A su vez, Pichihua añade que existe recelo entre los redactores del impreso hacia los redactores web por el tema de la "primicia". Asimismo, concluye que pocas veces los periodistas del impreso suelen entregar información de forma voluntaria a sus colegas de la web.

Todo esto al parecer se deba, explica Pichihua, a la inexistencia de políticas de participación en el diario y la falta de promoción a los miembros del impreso y web por parte de los editores de ambos departamentos.

Asimismo, acorde a las entrevistas con los encargados del área, se conoció que el editor web considera que existe poco personal en el área a pesar de tener turnos de trabajo de mañana, tarde y noche/madrugada; y que dicho personal no salen a comisiones.

Respecto a Depor, diario con contenido netamente deportivo, Pichihua concluye que la redacción de este diario cumple con varias de las características de la integración de redacciones, en el cual tanto periodistas del impreso como de la web ocupan el mismo espacio así como, los editores de ambas versiones pueden participar de forma activa en la reunión editorial en la cual se discuten las noticias que irán para el impreso o para la web, así como las primicias de ambas versiones y qué noticias se guardarán para el impreso.

A su vez, Pichihua determinó que el contenido de las versiones de Depor se puede diferenciar puesto que no se publica lo mismo en la web como en el impreso; y que en este diario, los periodistas del impreso suelen llegar con elementos multimedia como videos o fotos exclusivos para la web.

No obstante, al igual que en el caso de Depor, existe personal insuficiente para la web acorde a una entrevista realizada al editor del mencionado medio.

- *Tesis de Sánchez Flores, Miguel Antonio* elaborada en el 2012, titulada ““Los primeros 15 años de la web de *El Comercio* (1997-2011): del periodista intérprete al periodista facilitador” de la Pontificia Universidad Católica del Perú para obtener el grado de licenciado en periodismo. En esta investigación, el autor analiza el proceso de cambio dentro de este diario durante el periodo indicado.

En esta tesis, el investigador divide la historia de la web en tres etapas: de 1996 a 2000, 2000 a 2006 y finalmente de 2006 hasta la actualidad. En el primer periodo, la web de *El Comercio* se caracterizaba por ser un espacio donde solo se colgaban las notas publicadas en la versión impresa, tener un equipo de trabajo pequeño conformado por cinco personas y no tener mayor presencia de las características de hipertextualidad, multimedialidad o interactividad.

En el segundo periodo (2000 -2006), la web de este medio se caracterizó por la adecuación, en la cual la edición digital empezó a estructurar los contenidos con información propia y elaborada en línea (Salmón, 2009, p. 174), así como el crecimiento del equipo web llegando a ser casi 20 miembros y el incremento del uso de la interactividad así como de la multimedialidad.

En el tercer y último periodo investigado por Sánchez, el diseño de la web de *El Comercio* cambió así como el proceso de trabajo en el área web. En este periodo, la web del medio se encuentra conformado por 25 personas: editor, dos subeditores, 22 periodistas y un practicante, los cuales laboran en dos turnos por lo general: mañana y tarde.

Estos se encuentran distribuidos en cuatro mesas temáticas. Dentro de estas, señala Sánchez, suele haber un encargado de sección cuya función es revisar la nota antes de su publicación. Asimismo, los redactores de la versión web pueden sugerir y trabajar temas.

Otra de las características de este periodo de *El Comercio*, es la creación de una nueva área denominado Gerencia de Plataforma Digital la cual está dividida en tres

jefaturas: de proyectos, de contenidos multimedia y de comunidades virtuales. De estas tres, la primera se encarga de hacer un control de calidad del trabajo desde el punto de vista del usuario periodista. (Sánchez, 2012, p. 72)

Finalmente, acorde a una entrevista con la editora de la versión del fin de semana, se conoció que el diario está en camino hacia una mayor integración de ambas versiones. Asimismo, se pudo conocer que se realizan dos reuniones diarias en *El Comercio*, con la finalidad de determinar qué material puede ir a la versión impresa o que material de esta versión se puede resaltar o usar para la web.

- *Tesis de Pérez Marco, Sonia* elaborada en el 2003, titulada “El concepto de hipertexto en el periodismo digital: Análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles” de la Universidad Complutense de Madrid para obtener el grado de Doctor. En la investigación, se estudia el estado en que se encuentran los portales webs de abc.es, elpais.es y elmundo.es enfocándose en la hipertextualidad y su aplicación en las webs de noticias españolas.
- *Tesis de López Carreño, Rosana* elaborada en el 2003 titulada “Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes” de la Universidad de Murcia elaborada para obtener el grado de Doctor. La autora analiza el estado de los diversos portales periodísticos españoles basándose en tres categorías: los productos informativos, los productos documentales y los servicios de valor añadido.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Ciberperiodismo

Con la aparición de los primeros medios en la web en 1994, varios autores han iniciado el debate sobre el término que debería utilizarse para este nuevo periodismo. Sin embargo, se debe definir si se está ante una nueva forma de hacer periodismo o los periodistas se han trasladado a otro soporte con las mismas características.

"La pregunta fundamental es, a nuestro entender, si en efecto estamos ante un nuevo modo de hacer periodismo. O si lo único nuevo es la técnica y el medio en que se presenta esa información periodística, y de concluir que en efecto se trata de una nueva forma de hacer periodismo más allá de la novedad técnica, en qué consiste". (Javier Díaz Noci, 2001, p.51).

La pregunta del autor deja constancia de que no hay un consenso sobre los cambios que originan el periodismo. Santiago Tejedor (2006) señala que para hablar de una nueva forma de hacer periodismo, los cambios deberían superar el mero posibilismo técnico.

Ante esto, Pinto Lobo (2001) menciona los cambios claves que se derivan del paradigma Laswell.

Categoría	Transformaciones que introduce el periodismo digital
Periodista	El rol de periodista se amplía a distribuidor de informaciones y/o proveedor de contenidos. No se dedica de forma exclusiva a generar mensajes periodísticos sino que también orientan a los usuarios sobre los recursos

	existentes en la red.
Mensaje	Se introducen las posibilidades de multimedia, interactividad y personalización, entre otras.
Medio o canal	Con el soporte on-line se pierde el carácter periódico propio de la prensa en soporte papel, ya que la renovación de las información no responde a una temporalidad fija. Además, se cuestiona el concepto de 'prensa' al no ser necesaria la impresión en papel de las informaciones.
Receptor	El lector se convierte en un lector-autor, esto es en un usuario interactivo que participa directamente en el proceso comunicativo ya que puede llegar a construir su propio periódico electrónico.

A su vez María Ángeles Cabrera, que es citada por Tejedor Calvo (2006), menciona que se ha dado nacimiento a un nuevo medio como resultado de los avances tecnológicos, el cual tiene un lenguaje propio y que cuenta con características distintas a los medios de prensa, radio y televisión.

No obstante, lo califica como 'provisional' e incidente en el hecho de que se encuentra en su etapa inicial de desarrollo.

Tras lo expuesto, los estudiosos aún no tienen un consenso entre los estudiosos sobre la definición y características que presenta el ciberperiodismo.

Salaverría (2005a) explica que desde el nacimiento de este nuevo tipo de periodismo se ha cambiado el proceso de investigación, producción y difusión. “(el ciberperiodismo es) la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos”.

Para nuestra investigación consideramos utilizar la definición de Salaverría sobre el ciberperiodismo.

2.1.1.1 Terminología del término ciberperiodismo

Varios autores han denominado a este nuevo tipo de periodismo como: periodismo en red, online, electrónico, digital y ciberperiodismo.

Autores como Hall (2001), De Wolk (2002) y Ward (2002), citados por Salaverría (2005a), prefieren denominarlo como *online journalism*, en el mundo anglosajón. Sin embargo, Salaverría señala que la traducción de este término al español (periodismo en línea) no ofrece una solución lingüística satisfactoria.

Para Quim Gil, citado por Parra Valcárcel y Álvarez (2004), la expresión periodismo en red se refiere al nuevo estilo del periodismo y no al soporte. El autor hace referencia a una serie de cambios fundamentales que se da en la rutina del periodismo tradicional. Este mismo término es apoyado por Díaz Noci y Meso (1999).

Sin embargo, esta nueva denominación sorteando el extranjerismo, pero al articularse en torno a una preposición, dificultan la formación de la palabra en un campo semántico. Además, no todo el ciberperiodismo se difunde por internet. (Salaverría, 2005b)

Otro uso es el periodismo electrónico, el cual es considerado por Parra Valcárcel y Álvarez (2004), como el traslado de los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet sin que ello comporte la mínima variación en las rutinas periodísticas. Además, otros estudiosos como Salaverría

descartan este término debido a que hay ambigüedad pues la radio y televisión son medios electrónicos.

En el caso de periodismo digital, uno de los detractores como es Salaverría señala que la condición de digital no es una característica privada de los medios interactivos. En los últimos años, tanto la radio como la televisión están abandonando su anterior carácter analógico y mudan hacia modelos de producción y difusión plenamente digitales. Incluso la prensa está haciendo esto.

No obstante, Salaverría y los autores Parra Valcárcel y Álvarez consideran que el término adecuado es ciberperiodismo. Ambos autores señalan que este nuevo periodismo se practica en el ciberespacio. Al respecto, la RAE define el término ‘ciberespacio’ como: “ámbito artificial creado por medios informáticos” y cibernauta como “persona que navega por ciberespacios”.

Salaverría (2005a) como se mencionó líneas arriba define al ciberperiodismo como: “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos”. Además, menciona que este término es la mejor forma sintáctica de denominarlo en español porque permite la utilización del prefijo ‘ciber’.

Ante lo expuesto, utilizaremos en adelante el término de ciberperiodismo por creerlo el más indicado lingüísticamente.

2.1.1.2 Historia del ciberperiodismo

Desde la aparición de Internet y la World Wide Web (WWW), se han generado nuevos tipos de comunicación. Javier Echevarría (1998) señala que a diferencia de otros medios de comunicación, el internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva.

“En el caso del libro, el paradigma de la Galaxia Gutenberg, que aportó un medio de comunicación multidireccional, la posición del autor es

central y asimétrica con respecto a la del lector, y la interactividad apenas existe. Y otro tanto cabría decir de la radio y la televisión, a diferencia del teléfono, que es interactivo, pero sólo es bidireccional, al menos en su formato actual”. (Echevarría, J. 1998).

A su vez, la Real Academia Española define a internet como: “*la red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial e comunicación*”.

Pero el origen de la llamada ‘red de redes’ se dio en el contexto de la Guerra Fría. En 1969, el Departamento de Defensa-Advance Research Project (ARPA) interconectó por primera vez los ordenadores de tres universidades y de un instituto de investigación en la costa oeste de EE.UU. Esta red fue denominada ARPANET, la cual fue la base para esta red. Posteriormente, en 1990, se constituyó el internet. A esto, se debe sumar la creación de la Word Wide Web (WWW) por Tim Berners-Lee en 1991.

Autores como Díaz Noci y Meso (1999), citados por Yezers’ka (2008), señalan que la incursión de los medios de comunicación se deben a la incapacidad de los medios tradicionales de aumentar y sostener toda la información de interés que manejaba las redacciones periodísticas. Por el contrario, Pérez (2003) señala que la pérdida progresiva de lectores llevó a los periódicos a trasladar sus ediciones. No obstante, la autora precisa que los bajos costos para una edición digital aumentaron las incursiones de los medios tradicionales en el ciberespacio.

Fue en 1994, que se empezaron a inaugurar los primeros sitios de noticias. Según Carlson (2005), citado por Rost (2006), el primer medio en publicar regularmente fue el *Palo Alto Weekly* de California que el 19 de enero de 1994 comenzó a editar dos veces por semana sus contenidos completos. No obstante, dos años antes, el diario *The*

Chicago Tribune fue el primero en lanzar su edición digital poniendo en línea la totalidad de su versión impresa. Le siguió en 1993, la compañía Knight Ridder, que lanzó *San José Mercury Center*, el cual incluía herramientas interactivas como el correo electrónico para comunicarse con los periodistas, anuncios clasificados y otros servicios complementarios.

En el año 1994, diarios como *The New York Times*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *Newsday*, *USA today* y *The Examiner* colgaron sus notas periodísticas por internet. Además, *CNN* y *ABC* empezaron a unirse a los diversos servicios de otras empresas independientes.

En cuanto se refiere al Viejo Continente, Díaz Noci y Meso (1999) citados por Yezers'ka (2008), señalan que en 1994, la revista valenciana *El Temps* fue la primera en lanzar su edición digital. Un año después, se sumarían los tres principales diarios de Barcelona (*La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya* y *Avui*). En 1995, los principales diarios madrileños *ABC* y *El Mundo* se hacían presentes en el ciberespacio.

Al principio las empresas periodísticas utilizaron la red como una extensión de los medios tradicionales. Desde ese momento hasta la actualidad, el ciberperiodismo ha ido evolucionando.

Según Dan Gilmore, citado por Lilian Sánchez (2007), identifican tres etapas en la transformación de los medios al ciberespacio.

- El periodismo 1.0., el cual es considerado como la etapa inicial, en donde, los medios tradicionales colocaban todo su contenido a la red sin hacer mayores cambios.
- El periodismo 2.0., recoge las características del hipertexto, multimedia e hiperactividad en los contenidos de la red.
- El periodismo 3.0., es la socialización de la información periodística a través de una conversación virtual en la que los

participantes intervienen en el propio mensaje, lo cual es conocido como periodismo ciudadano. Esta etapa surgió luego del atentado terrorista del 11 de setiembre. En ese momento cada testigo tuvo algo que contar y lo hizo a través del weblog. Es así que el periodismo ciudadano primero publica y luego filtra de acuerdo a la participación y criterio social (Sánchez, 2007).

A. En el Perú

La década de 1990 fue crucial para el desarrollo del ciberperiodismo en el país. A inicios de 1995, la revista *Caretas* se sumó a presentar su edición digital, convirtiéndose en el primer medio en contar con una edición en la red. Un año y medio después, el 15 de mayo de 1996, se incorporó con una versión digital el diario *La República* y el 28 de julio de ese mismo año, se sumó el diario oficial *El Peruano*.

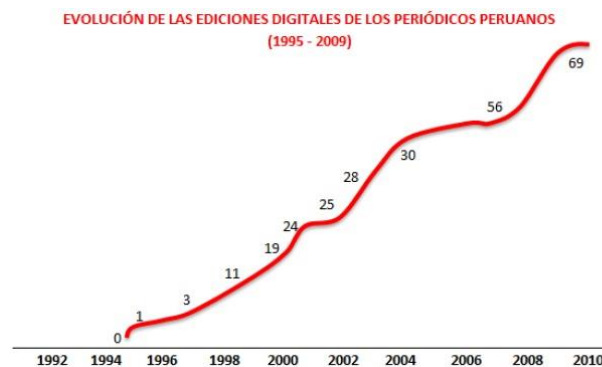
En ese mismo año, el 1 de noviembre de 1996, había aparecido el primer diario netamente digital peruano, *La Encuesta*. Según se anunciaba en su web, diariamente a las 7.30 a.m., en sus páginas se reproducen las noticias de los principales periódicos de la capital peruana con la finalidad de ofrecer a los internautas un resumen informativo. (Yezers'ka, 2008).

Sin embargo, el diario más importante del país, considerado el decano de la prensa peruana y tercero más antiguo del continente (fundado en 1839), *El Comercio*, se sumó a tener su versión digital el 15 de enero de 1997. Asimismo, en ese año, el diario *El Tiempo de Piura* inició su página web.

A inicios del siglo XXI, se sumaron los diarios *Perú21* y *La Razón*, ambos aparecieron con la edición impresa y digital. En Trujillo, el diario *La Industria* inició sus actividades en la web a inicios del siglo XXI.

Yezers'ka (2010) en su ponencia en el Coloquio Internacional del Ciberperiodismo en la región del 2010, reveló que el aumento de ediciones digitales de los diarios se han duplicado entre el 2006 al 2009. (Ver Gráfico N° 01)

Gráfico N°01



Fuente: Elaborado por Lyudmyla Yezers'ka para el Coloquio Internacional del Ciberperiodismo. 2010.

2.2.2. Lenguaje en internet

Uno de los aspectos que diferencia a los medios de comunicación entre sí es su lenguaje. El tratamiento de la información no es lo mismo para un periódico que para un noticiero ni tampoco para un programa radial. Según Ramón Salaverría (2012), escribir en internet no es lo mismo que hacerlo para cualquier otro medio.

La aparición de los medios digitales ha producido, desde finales de 1990, un proceso decreciente de independización del lenguaje periodístico en internet.

Las publicaciones digitales al inicio usan formas idénticas a la de los medios tradicionales, especialmente de los diarios. Sin embargo, a medida que los medios en internet y las plataformas móviles se han ido consolidando han empezado a tener formatos y géneros propios. (Ramón Salaverría, 2012).

No obstante, los periodistas continúan laborando por intuición y aún no cuentan con un manual de estilo, a excepción de *Normas de estilo de LaVoz.com.ar* y *Cordoba.net*.

“El ciberespacio plantea exigencias comunicativas que no encuentran respuestas en las normas tradicionales de la redacción periodística. Ningún manual clásico de redacción explica cómo estructurar un artículo de manera hipertextual, cómo combinar eficazmente texto, imagen y sonido en una pieza multimedia (...)” (Salaverría, 2005b, p-40).

Esto ha originado que especialistas en el tema como Salaverría, Franco, entre otros, se preocupen por brindar directrices en el desarrollo de las noticias en el ciberespacio.

Para Santiago Tejedor (2008), el periodista debe pasar de solo crear contenidos a un periodista que, además de crear, los busque, consulta, evalúa, selecciona, jerarquiza y aglutina en un nuevo y diferente producto. A esto, hay que sumarle lo que quieren y buscan los usuarios a la hora de visitar las plataformas digitales de los medios de comunicación.

2.1.1.3 Patrones de lectura en la web

El crecimiento de internet ha llevado a establecer los patrones de lectura de los cibernautas. Las investigaciones de Jakob Nielsen (2006) arrojaron que la mayoría de los usuarios no lee palabra por palabra, en lugar de ello, escanean u ojean el texto y escogen las palabras claves, oraciones y párrafos de su interés.

Santiago Tejedor (2005) señala que el ojeo de estos contenidos influye decisivamente en la concepción y presentación de los mensajes ciberperiodísticos.



Extraído del libro *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* (2007,p.38)

Para esto, es necesario tomar en cuenta el patrón de lectura en forma de F que halló Jakob Nielsen, utilizando la tecnología del Eye Track en el 2006. Según la investigación este tenía tres componentes: un movimiento horizontal en la parte superior del área de contenido; un segundo movimiento horizontal un poco más abajo, pero más corto que el anterior; finalmente, un movimiento vertical en la parte izquierda de la pantalla.

Además, Nielsen advierte que el patrón F algunas veces adquiere la forma de E, e incluso de L invertida, con la barra horizontal en la parte superior de la pantalla, dedicada a la historia principal o titular dominante.

Ahora, es necesario mencionar la característica de usabilidad que deben tener las plataformas digitales pues es la clave para la redacción y la presentación de los contenidos digitales como lo señala el periodista colombiano Guillermo Franco (2008).

En tanto, Nielsen (2006) menciona que en la Web, la usabilidad es una condición necesaria para la supervivencia. Si un sitio Web es difícil de usar, la gente lo abandona. Añade que si la información del sitio Web es difícil de leer o no responde las preguntas clave de los usuarios, estos lo abandonan.

Por lo tanto, la forma de estructurar los textos en Internet está determinada más por razones funcionales que por simples razones estéticas, literarias o artísticas. (Nielsen, 2006)

2.2.3. Redacción web

Con la aparición de internet y la *world wide web*, la redacción de textos tradicional ha sido modificada dando como resultado la redacción web.

Las características de esta, al igual que las recomendaciones sobre cómo escribir en digital son diversas.

A. Características

Para Franco (2008) la nueva redacción web se resume en dos elementos: buena edición y buena redacción.

A su vez, Franco considera a la usabilidad como una de las características claves de esta redacción. La usabilidad, definida por Franco como “palabra que describe la facilidad de uso” hace referencia a la facilidad que proporciona un sitio web para que el lector lo use. Para Franco, la forma de redactar un texto en la web - acorde a los estudios de Nielsen (1997)- está determinada a razones funcionales.

Yezers’ka (2008) considera también a la usabilidad como una de las características de la redacción digital. No obstante, para Yezers’ka (2008), existen cuatro características principales de redactar en web las cuales son las siguientes:

- Hipertextualidad: la experiencia de navegación de los usuarios dependerá de la ruta proporcionada por la web.

- **Multimedialidad:** el contenido en la web suele ir acompañado por otros elementos multimedia.
- **Interactividad:** el contenido debe ofrecer diversas posibilidades de uso para el lector de internet.
- **Actualización:** los contenidos en la web se renuevan constantemente. Estos también pueden ser corregidos en todo momento.

Asimismo, la Fundeu BBVA (2012) considera a hipertextualidad, multimedialidad e interactividad como características de los textos digitales. No obstante, también considera a la brevedad y claridad como dos puntos clave en la redacción y adaptación de textos a la web.

Para la Fundeu BBVA, las oraciones deben tener máximo entre unas 20 o 30 palabras, contener una sola idea y los párrafos contener solo 5 o 6 líneas, todo con la finalidad de facilitar la lectura a los usuarios.

En el caso de los títulos, estos tienen una nueva función además de la de llamar la atención del lector, ser fáciles de leer o encontrar por los buscadores. La Fundeu BBVA considera que las palabras gancho siempre deben aparecer en los titulares, en especial cuando estas se encuentran dentro de las más buscadas.

Asimismo, otra de las características de la redacción web acorde a este autor, es que los textos en la web tienden a tener un lenguaje conciso y objetivo, así como en cuidar las expresiones de tiempo en los textos. Respecto a esto, el diario argentino La Voz (2006), en su manual de estilo señala que “será responsabilidad del redactor mantener actualizados los tiempos verbales de las noticias en desarrollo”.

B. Recomendaciones

Respecto a las recomendaciones para escribir en el ciberespacio, Darren Rowse, fundador de *Problogger*, citado por la Fúndeu BBVA, sugiere lo siguiente:

- Escribir títulos y subtítulos llamativos que atraigan el interés de los lectores/usuarios.
- Emplear sumarios de información para resumir el contenido del texto.
- Uso de negritas, mayúsculas, cursivas y subrayados con la finalidad de enfatizar las palabras clave.
- Usar recursos visuales como: fotografías, ilustraciones entre otros. Estos potenciarán al texto. Su ubicación deberá estar a lo largo del texto lo cual dirigirá al lector hasta el final del artículo.

Amit Agarwal, fundador del portal *Digital Inspiration*, tiene algunas recomendaciones similares a las de Rowse. Respecto al uso de fotografías, Agarwal sugiere que la primera imagen o miniatura del artículo debe ser de alta calidad, así como ser clara y elocuente.

Otra de las sugerencias que da Agarwal es el de producir videos de buena calidad. Asimismo, aconseja analizar el contenido de otros, y ver cómo se puede mejorar este añadiendo un elemento multimedia o nuevos datos.

Finalmente, al igual que Franco (2008) sugiere que el contenido debe ser preciso y estar bien presentado, usar la pirámide invertida y tener en cuenta al momento de escribir los artículos el patrón de lectura en F.

2.2.4. Arquitectura de la información

Con el desarrollo de los cibermedios, los periodistas deben plantearse una nueva forma de presentación del producto periodístico.

Para ello, es necesario que se defina la arquitectura de la información. En su concepto más amplio se refiere al diseño, la organización y distribución de los sistemas informáticos (González, 2003).

El término arquitectura de la información fue creado en 1962 por Richard Wurman y lo define como la creación de la estructura de la información que permite a otros encontrar su camino personal al conocimiento.

Sin embargo, en el ciberperiodismo, los autores López, Gagó y Pereira (2003) consideran que la arquitectura de la información incluye la planificación estructural del mapa de contenido, la definición de los ítems de contenido, las relaciones que operan entre ellos y, en general de toda la organización del back end¹ que sustenta el sistema de un ciberperiódico. Además, señalan que la composición del contenido es complementada con el uso que le da el usuario y la relación que tienen.

Para la investigación, se identificó que en los portales de *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad* existe una jerarquización en la colocación de notas como se muestran en las siguientes imágenes.

¹ Las páginas web están constituidas por la interfaz gráfica (*front-end*) y el software o hardware (*back end*), (López García et al, 2003)



Imagen. Captura tomada del portal web *Correo-La Libertad* el pasado 29 de junio del 2013.

En la plataforma de *Correo-La Libertad* se cuenta con una nota “principal” o “la más importante” por tener un mayor tamaño en la división de la plantilla.

Fernández (2013), editor web de *Correo* en La Libertad, explica que se considera como nota principal a aquella que es la más “importante del día o en su defecto la portada del diario impreso”.

En tanto, la web de *La Industria de Trujillo* sufrió un rediseño de la plataforma el pasado 10 de abril del 2011, donde, se incluyó una sección principal compuesta por seis ‘televisores’ (Camino, 2013).



Imagen. Captura realizada a la web La Industria de Trujillo, el pasado 4 de julio del 2013.

“El medio periodístico más importante del norte del país da un paso decisivo y te presenta una versión online totalmente renovada explotando al máximo el poder de la imagen y los enlaces a las redes sociales”, (La Industria.pe, 2011)

Camino (2013), responsable web de *La Industria de Trujillo*, señala que en la sección principal se ubican las notas de coyuntura local y regional.

2.2.5. Características del ciberperiodismo

Tras el surgimiento del Internet y con ello el ciberperiodismo, diversas personas han brindado definiciones de este último así como han reconocido características de éste, siendo las tres principales la hipertextualidad (hipertexto), multimedialidad (multimedia) y la interactividad.

2.2.5.1. Hipertextualidad

Una de las características que definen al ciberperiodismo es la presencia del hipertexto, o también conocido como los enlaces o links, que se encuentran en las notas publicadas en internet.

A. Definición e historia

Los orígenes del hipertexto se remontan a 1945, cuando Vannevar Bush, ingeniero estadounidense, planteó una idea parecida al hipertexto con la idea de Memex, un dispositivo cuya base se asemejaba a la World Wide Web actual.

No obstante Nelson (1965) es quién origina y define al hipertexto como *“un cuerpo compuesto de material escrito o pictórico interconectado en una forma compleja que no puede ser representado en forma conveniente haciendo uso de papel.”* (p.144)

Actualmente, existen diversas definiciones de lo que es hipertexto como la de la Fundéu BBVA (2012), la cual lo define como “formato de texto que contiene enlace a otros documentos” (p.472).

Para Salaverría (2005b) la hipertextualidad es “la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí, siendo el hipertexto el resultado de esta capacidad.”(p.30)

A su vez, Bianchini (2000), lo define como “un enfoque para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una red de nodos conectados por enlaces”.

B. Características

Existen diversas características del hipertexto, pero según el portal educativo Eduteka (2003), las principales son las siguientes:

- Lectura no lineal. Al contrario de la lectura tradicional lineal, el hipertexto permite al lector saltar entre los diferentes enlaces o nodos presentes en el texto.
- Facilita la interacción y participación del lector, pues éste es el que selecciona los temas que sean de su interés o lo más importante, así como permite decidir al lector la ruta de su lectura.
- Enriquece el texto puesto que ofrece información sobre el contexto, lo cual le permite al lector profundizar su lectura y poder comprender mejor el texto principal.

Además de lo expuesto anteriormente, Eduteka menciona una característica negativa: al ser usado incorrectamente puede ocasionar la desorientación del lector.

C. Elementos

Según la Fundéu BBVA (2012) el hipertexto está compuesto por tres elementos (Ver Anexo 01):

- Nodos: elementos que contienen la información.
- Enlaces existentes entre los nodos. Conectan un nodo con otro.
- Anclajes, elementos dentro de un nodo, que los conectan con otro.

D. Clases de enlaces

Salaverría (2005b) clasifica los enlaces en dos grupos, primero por sus funciones narrativas y documentales; el segundo grupo por el nodo al que dirigen.

a) Según sus funciones narrativas y documentales

En esta categoría, Salaverría sub clasifica los enlaces en cuatro tipos:

- Enlaces documentales. Éstos enlazan con nodos dónde se presenta información de contexto, que suele proceder del archivo del medio.
- Enlaces de ampliación informativa. En noticias de última hora, estos nodos son enlazados con otros dónde hay información relacionada y a su vez recientes. La diferencia con el anterior, es que estos nodos con los que se enlazan no son información del archivo.
- Enlaces de actualización. Son usados en noticias de última hora. Los enlaces se agregan conforme se conozcan los detalles de la nota.
- Enlaces de definición. Son enlaces colocados en las noticias que permiten al lector saber quién es la persona de la cual trata la noticia, la institución u otros.

b) Según el nodo al que se dirigen

- **Enlaces internos**

Son aquellos que un medio usa para conectar entre nodos propios. Se subdividen en dos tipos:

Enlaces intranodales e internodales, los primeros conducen al lector de un punto de la noticia a otro de ésta misma ubicado en el texto; y los internodales, a otro nodo ubicado en otro lugar dentro del mismo medio.

Enlaces de secciones e informaciones, permiten la navegación entre secciones y navegar entre informaciones de las noticias de último minuto o populares.

- **Enlaces externos**

En esta categoría entran los enlaces que dirigen al lector a un nodo fuera del medio.

E. Modelos o estructuras de hipertexto

Orihuela y Santos (1999) citados por la Fundéu BBVA (2012), reconocieron siete estructuras básicas que representan los modelos de hipertexto de mayor uso.

a. Lineal

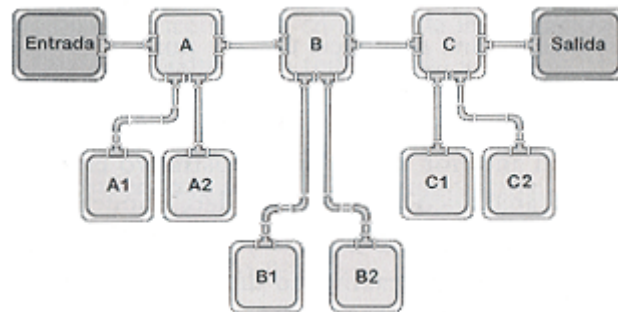
Secuencia única y necesaria entre nodos. Suele ser la usada en procesos de compra o en formularios, en los cuales para poder realizar la transacción debes pasar por diversos nodos anteriores.



Fuente: Pontificia Universidad Javeriana. Colombia

b. Ramificada

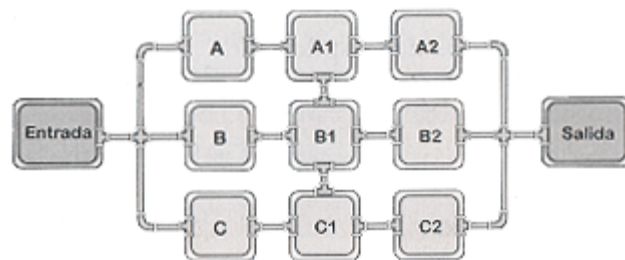
Similar a la estructura de navegación lineal, con la diferencia de la aparición de subnodos que ofrecen mayor interacción para los usuarios. Es la habitual en narraciones interactivas.



Fuente: Pontificia Universidad Javeriana. Colombia

c. Paralela

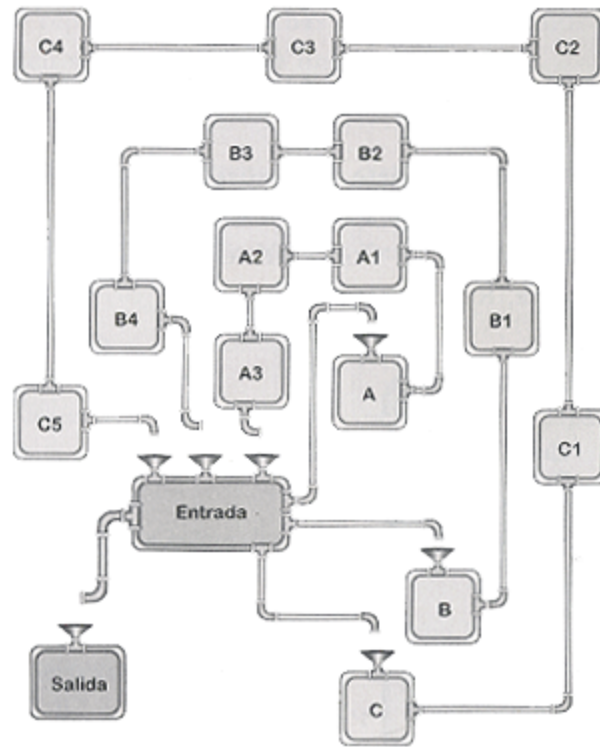
Al contrario de los anteriores modelos, en este, existe una serie de secuencias lineales en las que el usuario puede además de navegar linealmente, hacerlo entre nodos de un mismo nivel.



Fuente: Pontificia Universidad Javeriana. Colombia

d. Concéntrica

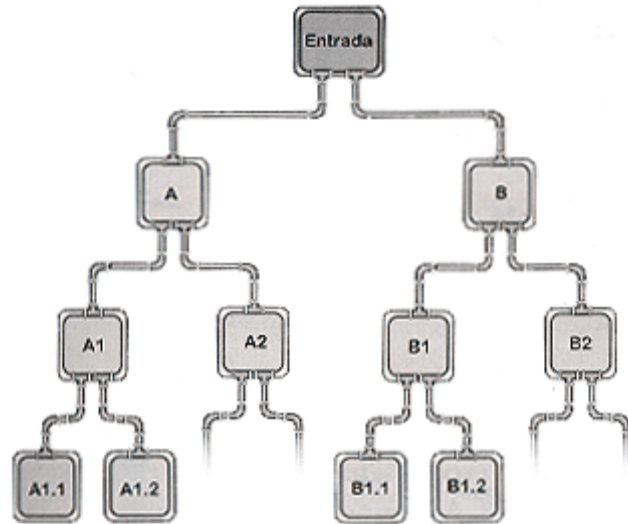
Ofrece al lector varios caminos lineales para recorrer en torno al nodo inicial antes de llegar al nodo de salida. La diferencia de este modelo con los otros es el no poder saltar entre diferentes nodos. Es usado mayormente en los juegos de computadora o videojuegos.



Fuente: Pontificia Universidad Javeriana. Colombia

e. Jerárquica

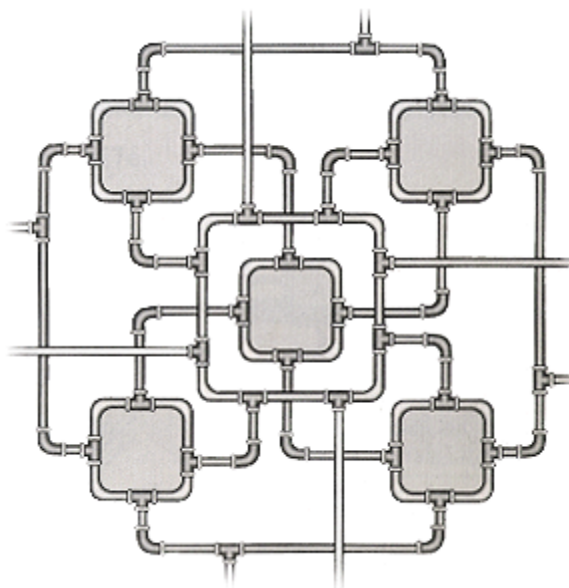
Es el clásico modelo de organización de la información en forma de árbol. Va de lo general a lo particular.



Fuente: Pontificia Universidad Javeriana. Colombia

f. Reticular

Esta estructura tiene a todos los nodos conectados entre sí, y no existe un nodo llamado nodo de entrada u otro de salida. Esta es la estructura de la web.



Fuente: Pontificia Universidad Javeriana. Colombia

g. Mixta

Esta estructura es la originada por una combinación de las estructuras mencionadas anteriormente.

2.1.5.2 Multimedialidad

En una plataforma como internet, la noticia presenta una nueva característica, la multimedialidad o la presencia de elementos multimedia.

La RAE (2001), define a la multimedia como “uso conjunto y simultáneo de diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información”.

Para Salaverría (2005b), esta es la “capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (p.32).

En la actualidad, diversas webs de los medios de comunicación existentes en el mundo cuentan con elementos multimedia.

A. Agentes multimedia

La Fundéu BBVA (2012) afirma que los agentes multimedia cómo los “actores o elementos que forman parte de una interfaz multimedia.” (p.401), asimismo los clasifica en cuatro grupos (Fundéu BBVA, 2012, pag.401-421).

a. Imagen estática

Todos los elementos visuales (imágenes, signos, gráficos que aporten información) que carecen del parámetro tiempo reciben el nombre de imagen estática, los cuales se pueden clasificar en tres grupos.

- Imágenes referenciales

Esta categoría hace referencia a las fotografías, las cuales a su vez se clasifican en dos: realistas y generadas.

Las primeras muestran la captura de un instante de la realidad, las segundas, son construidas con partes de las primeras formando una de mayor tamaño, que reciben el nombre de collage o fotomontajes digitales.

- Grafismo

Esta categoría hace referencia a todos los recursos visuales, ilustraciones, gráficas, esquemas y diagramas que suelen acompañar el contenido con la finalidad de aclararla, sintetizarla o ampliarla. Actualmente, debido al avance tecnológico se dividen a su vez en dos, las 2D y las 3D.

- Ilustraciones

Éstas, al igual que las anteriores, funcionan como complemento para una mejor comprensión del contenido o también como adorno de éste.

b. Imagen en movimiento

A comparación de la imagen estática, en esta categoría entran los signos gráficos e imágenes que usan el parámetro tiempo, el cual es base para dar la sensación de movimiento.

- Animaciones y minimaciones

La Fundéu BBVA define a la animación como un “proceso de sucesión de imágenes o dibujos, que a una determinada velocidad, crea la sensación de movimiento”; una minimación, una animación mínima cuya duración es entre 5 y 10 segundos. Una muestra de ello son los banners, emoticones o botones que hay en las diversas páginas webs del internet.

c. Video

El video es una de los agentes o herramientas que se usan con mayor frecuencia en el internet.

En el caso de los portales de noticias, el uso del video puede ayudar a ampliar el contenido de estas o ayudar a su mejor comprensión (en el caso de los lectores discapacitados) (Fundéu BBVA, 2012, p.409).

- **Formatos y códecs**

Uno de los problemas con los que se puede enfrentar una persona al querer ver o usar un video en su portal web son los formatos y códecs, así como el tamaño del video, los cuales son de gran importancia para su correcta visualización.

Existen numerosos formatos, siendo los más usados los VOB (video object), los cuales pueden ser visualizados sin necesidad que el usuario esté conectado a Internet; y los formatos online: flash, FLV y F4V.

En el caso de los códecs, se deberá elegir el códec y reproductor adecuado, y comunicar a los navegantes si es necesario descargar un programa o paquete de códec para poder visualizar correctamente el agente.

Finalmente, si se desea que el video pueda ser observado por personas alrededor del mundo, es recomendable colocar subtítulos en este para que otras personas puedan comprender el contenido de este.

d. Audio

El audio es uno de los agentes de mayor uso en la actualidad, siendo el formato de *podcast* el de mayor uso y de gran importancia en el mundo digital.

En este caso, al igual que el video, existen diversos formatos de audio, siendo algunos de los más comunes el formato mp3, FLV, Real Audio, y el *podcast*, siendo este último un sistema de distribución multimedia que permite a los usuarios escuchar el archivo online o descargarlo para escucharlo en el reproductor que deseen.

- **Volumen y transcripción**

Además del formato del audio, el tono y el volumen son dos de elementos de gran importancia que se deben tener en cuenta en este. En el caso del primero, se recomienda elegir cuidadosamente al narrador dependiendo del contenido del audio, y que este hable de forma pausada, vocalizando correctamente con la finalidad de que el oyente no tenga problemas al momento de oír el audio.

Por otro lado, el volumen es otro de los factores importantes, el cual no debe ser estridente puesto que aturdirá al oyente y además causará una mala percepción del productor de dicho audio (blogger, locutor, web, medio, marca, etc). Solo en caso sea necesario, se deberá usar este.

En último lugar, colocar una transcripción del audio puede ser una opción que los productores pueden elegir realizar, ya que ésta es un elemento indispensable para los discapacitados auditivos.

Además de los elementos mencionados anteriormente, los objetos como botones, menús, banners, galerías, mapas o avatares web, son elementos multimedia que se encuentran presentes en las páginas webs y en las páginas de los medios. Estos permiten al usuario una mejor experiencia en la navegación ya que mediante ellos se puede interactuar con los elementos multimedia.

B. Tipos de multimedialidad

Salaverría (2005b) planteó que existen dos tipos de multimedialidad: multimedialidad por yuxtaposición y por integración.

a) Multimedialidad por yuxtaposición

Se le denomina multimedialidad por yuxtaposición cuando se presentan los elementos multimedia (imágenes, videos, audios) sin unidad comunicativa. Estos se pueden presentar en una misma página web pero el usuario puede ver u oír su contenido de manera independiente, sin la necesidad de los otros.

b) Multimedialidad por integración

Al contrario de la multimedialidad por yuxtaposición, en esta todos los agentes multimedia poseen unidad comunicativa. Un ejemplo de esta multimedialidad es el cine y los videos (imágenes y sonido).

2.2.5.3. Interactividad

El ingreso del internet modificó el periodismo impreso con una nueva característica, la interactividad.

Según Díaz Noci citado por Yezer'ska (2008), la interactividad es “la posibilidad de que el receptor actúe en mayor o menor medida sobre el mensaje que se le envía.” Además menciona que la interactividad permite al receptor tomar sus decisiones y configurar su mensaje, así como dialogar con el emisor.

No obstante, Alonso y Martínez citado por Yezers'ka (2008), considera que en los ciberdiarios la comunicación sigue siendo vertical a pesar del uso de elementos interactivos.

Por otro lado, Rost (2004), define a esta como una “capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos

(interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (p.5)

A. Clases de interactividad

a) Clasificación de Salaverría

Para Salaverría (2005b), la interactividad se da por grados o dimensiones, siendo la capacidad de elegir el lector/usuario por sí mismos su “itinerario hipertextual” el grado más básico de ésta. (p.34)

Éste clasifica a la interactividad en cuatro grados: interactividad de transmisión, de consulta, conversacional y de registro.

- Interactividad de transmisión

La interactividad más básica que permite solo dos posibilidades: activar y cancelar una transmisión. Un ejemplo de esto son los videos de *youtube*, o los *streaming*.

- Interactividad de consulta

El usuario además de poder aceptar y cancelar una transmisión, puede elegir una opción entre el menú de posibilidades que se le ofrece.

- Interactividad conversacional

Permite al lector convertirse no solo en receptor sino también en emisor de mensajes para destinatarios. (Salaverría, 2005b, p.35). Ejemplo de ello son los foros o áreas de charla en los portales web de los medios.

- Interactividad de Registro

En esta, el medio registra información de los usuarios y adapta automáticamente, acorde a estos y sus preferencias, su forma y contenidos.

b) Clasificación de Rost

Al contrario de Salaverría, Rost (2004) clasifica a la interactividad en dos grupos: la interactividad selectiva y comunicacional.

- Interactividad selectiva

Rost (2004) plantea que en este tipo de interactividad el hipertexto es la principal herramienta de uso, así como la documentación y personalización.

Esta interacción según Rost (2004) consiste en "el individuo "pregunta" y el sistema informático le responde automáticamente". (p.7)

Asimismo, para Rost (2006), los servicios de búsqueda y de recuperación de la información forman parte de este tipo de interactividad.

- Interactividad comunicacional

Las comunidades virtuales son un ejemplo de este tipo de interactividad, los emisores construyen contenidos y conversan con otras personas generándose una conversación entre ellos. (Rost, 2004, p.9)

Acorde a Rost (2006) algunos ejemplos de interactividad comunicacional son los siguientes:

- Foros de discusión, los cuales son un espacio en el cual los lectores pueden discutir de cualquier tema propuesto por el medio.
- Chats entre lectores. Estos son similares al foro, no obstante, en estos chats la rapidez es la característica clave. El análisis es menor al del foro, el diálogo tiende a ser caótico y los participantes se pueden resguardar en el anonimato.
- Entrevistas en línea. Considerados como una especie de chat con características especiales, las entrevistas en línea tienden a centrarse en un personaje invitado por el medio. Estas suelen ser moderadas por un periodista o un sistema de moderación. Asimismo, el diálogo es más ordenado que en el chat.
- Cartas de lectores. Similares a las cartas de lectores a los diarios impresos, estas cartas brindan mayor libertad de expresión a los lectores para comunicarse con los medios sobre un determinado tema.
- Correo electrónico con editores. Existen tres formas en que esto puede suceder, indica Rost: colocados junto con cada nota, en una página especial donde se ubican todos los correos de los editores o con una dirección para toda la redacción. (Rost, 2006, p.249)
- Encuestas. En esta, el medio publica una pregunta y da dos o tres opciones de respuesta. Acorde a Rost, esta es una de las opciones más usadas de interactividad.
- Noticias más interesantes. El lector puede valorar las noticias que le resulten más interesantes mediante un voto positivo o selección de un puntaje. Estos votos o puntajes están en cada noticia.

- Noticias más leídas. Estas están conformadas por las noticias con más visitas.
- Enviar por correo electrónico esta noticia. El lector puede recomendar la nota a otra persona enviándole un mensaje automático que contiene la dirección y un breve texto explicativo.
- Publicar tu historia. Son un espacio para que lectores hablen de temas libres.
- Contactos. Esta opción que no se encuentra relacionado con la construcción de la actualidad, indica Rost, permite establecer nuevas relaciones, reencontrarse con alguien o encontrar seres queridos.

B. Elementos interactivos

Según la Fundéu BBVA (2012), ocho son los elementos interactivos principales que se encuentran generalmente en las webs:

- Menús y botones. Son elementos de la interfaz gráfica que permiten a los usuarios con los diversos niveles de información.
- Promociones y banners. Estos son, también, elementos de la interfaz gráfica. Permiten informar a los usuarios y dirigirlos a una campaña de un producto específico. Suelen ser, por lo general, animados.
- Especiales y monográficos. Son elementos especiales y multimedia del interfaz gráfico. Las imágenes e infografías suelen componerlos.
- Galerías y lightbox. Son un espacio de depósito de imágenes o leyendas relacionadas a ellas. Ofrecen la posibilidad de ampliar y reducir así como manipular su orden de visualización.
- Mapas. Pueden ser 2D o 3D, y permiten al usuario interactuar con la representación gráfica de una porción de territorio.

- Avatares web. Permiten representar a un ser humano. Pueden ser figuras humanas, de animales u otros.
- Objetos audiovisuales. Propios de los formatos de audio y video, son paquetes de reproducción de este tipo de agentes. Los botones de *play*, *stop*, *pause* entre otros son un ejemplo de estos.

2.2.6. Elementos de la noticia

2.2.6.1. Titular

Uno de los elementos más importantes de la noticia es el titular, y en el ciberperiodismo, cobra mayor importancia debido a que los buscadores de la web, valiéndose de los titulares, pueden redirigir al público hacia la página de los medios.

Por ello, la construcción de éstos debe ser bien cuidada pues el titular será lo primero que verá el lector en los buscadores de internet, que los atraerá a leer la noticia o hará que decida ir por otra.

Salaverría (2005b) sostiene que en los medios tradicionales, los titulares han cumplido tres funciones: identificativa (individualizar un texto periodístico frente a otros), informativa y apelativa (suscitar el interés). Añade que en los cibermedios se ha sumado la función hipertextual, la cual se ha convertido en un elemento clave para la navegación de los cibermedios.

Sobre esta función, Javier Díaz Noci que es citado por Salaverría (2005b), señala que el concepto de titular y entradilla ha cobrado nuevas fuerzas en el discurso hipertextual porque son estos elementos los que se hallan en la superficie, son los más visibles y accesibles.

A. Clasificación de titulares

José Ignacio Armentia, citado por la Fundéu BBVA (2012), habla sobre la existencia de tres tipos de titulares: informativos, los cuales indican el hecho y el protagonista; expresivos, cuándo intentan impactar en las emociones de los lectores; y apelativos, los cuales “utilizan el lenguaje para llamar la atención sobre un hecho del que no se informa en profundidad”.

Sin embargo, Salaverría (2005b), solo identifica a dos tipos: informativo, el cual ayuda a la navegación en los cibermedios; y creativo, del cual señala que puede desorientar al lector.

Además, recomienda que los títulos que van a direccionar a otras páginas deben ser informativos en los cibermedios mientras que, en los títulos creativos, solo deberán emplearse cuando exista elementos como antetítulos, subtítulos, entradillas o fotografías que ayuden a interpretar el verdadero significado.

Por otro lado, Salas (2012), plantea que para elaborar un titular se ha de pensar en la escala musical. Este autor argumenta que existen siete niveles para la redacción de titulares, ubicándose en el primer nivel los titulares de menos carácter informativo y en el séptimo, el de mayor.

B. Importancia de la titulación

Titular bien es especialmente necesario en los cibermedios debido a las reducidas dimensiones de un ordenador o dispositivos móviles que exigen una mayor concisión expresiva. (Ramón Salaverría, 2005b).

Además, en páginas de inicio, resultados de búsquedas, boletines enviados a través de correo electrónico, entre otros, los titulares aparecen desplegados fuera de contexto.

Por esta razón, Nielsen citado por Guillermo Franco (2008) expresa que los titulares deben adquirir sentido y explicarse por sí mismos. Además, la Fundéu BBVA (2012) indica que los titulares deben seducir al lector y ser legible para los buscadores. Asimismo, Franco (2008) recomienda utilizar las palabras claves en el titular, específicamente ubicadas en la parte izquierda para lograr este objetivo. Esto se basa en el patrón de lectura F, el cual señala que los lectores prestan mayor atención al texto ubicado en el lado izquierdo.

A su vez, Salaverría (2005b) recomienda que los ciberperiodistas deban escribir tanto para los lectores como para los buscadores de internet.

2.1.6.2. Lead

El *lead* o entradilla es llamado el primer párrafo de la noticia. Es considerado el enganche entre el lector y la noticia. Si la entradilla no capta la atención de los usuarios, éstos no querrán leer el contenido.

Uno de los autores que afirman esto es Melvin Mencher, quien es citado por Guillermo Franco (2008), y señala: "los lectores desean saber qué pasa tan pronto la historia comienza a desenvolverse. Si es interesante prestarán atención" (p.53).

Asimismo, Franco (2008) detalla que la denominación de lead proviene de la palabra inglesa que significa 'liderar' o 'conducir'. El Manual de Redacción del periódico 'El Tiempo', de Colombia refiere que el párrafo inicial 'conduce' al periodista a desarrollar en seguida la información como al lector lo conduce al conocimiento del hecho.

El Libro del estilo urgente, de la agencia Efe, (2011) afirma que la entradilla marca la línea narrativa y el enfoque que tendrá la publicación. En ese mismo sentido, varios autores han señalado que en el ciberperiodismo la mejor estructura es la pirámide invertida.

De acuerdo a Mencher, citado por Franco (2008), la pirámide invertida ha persistido porque satisface las necesidades de los usuarios de los medios digitales pues les da la información del hecho en una o dos líneas.

A. El gancho o *teaser*

El término *teaser* es anglosajón y equivale a un “avance informativo”, en el cual se promociona la noticia y se pretende captar la atención del lector en la página de inicio.

Sandoval, quien es citado por Yezers'ka (2008), considera al gancho o *teaser* como un tipo de entradilla que trata de ‘seducir’ al lector para que lea la nota. Esta entradilla está ubicada junto con el título en la página principal del portal del medio, por lo general, aparece hipervinculada hacia el desarrollo de la noticia.

Salaverría (2005b) señala que algunos editores prefieren utilizar el lead de la noticia como el gancho. No obstante, otro grupo prefiere utilizar su creatividad en la creación del gancho a fin de atraer al usuario.

Otros autores como, Yezers'ka (2008) consideran que el *teaser* también puede estar constituido por una fotografía.

B. Tipos de lead

El Manual de Estilo de LaVoz.com.ar (2006) reconoce seis tipos de leads.

- Impacto: es la utilización de una frase breve y rotunda.
- Resumen: síntesis de la información.
- Sumario: trata de responder a las cinco preguntas de la pirámide invertida.

- Pregunta: Se adopta la fórmula interrogativa. Principalmente en notas deportivas, espectáculos, entre otros.
- Anuncio: Se brinda detalles promocionales sobre el contenido de la noticia que se encuentra desarrollada.
- Por omisión: no ofrece datos completos para producir un 'gancho' a los lectores al crear la necesidad de conocer los datos omitidos. No conviene abusar de este tipo de entradas.

2.1.6.3. Uso de la hora

Con la evolución del periodismo tradicional a la era digital, el uso de la fecha y hora ha cobrado mayor importancia en la redacción de las noticias.

En el periodismo impreso solo bastaba con colocar la fecha de publicación; en cambio, en el ciberperiodismo se requiere, además, señalar la hora y minutos en que fue colgada al portal.

En algunas ocasiones, es necesario colocar la fecha así como la hora en que la información es actualizada.

Para Salaverría y Cores (2005), ambos elementos servirán para "permitir al lector seguir la evolución de un acontecimiento y saber en todo momento si existen datos nuevos".

2.1.6.4. Uso de leyenda y autor en agentes multimedia

Para Palomo (2008), quien es citada por Serrano A. (2010), la fotografía continúa siendo un elemento secundario en las webs informativas como herencia de la primera fase de internet, cuando el diseño web se desarrolla a nivel textual y no icónico. La autora señala que la fotografía es usada para acompañar al texto.

En tanto, Yuste B. (2006), considera que este agente multimedia "aparece siempre acompañada de un mensaje lingüístico que aporta la

información de contexto que necesita el individuo para su total entendimiento”.

En ese sentido, el Manual de Estilo del Clarín (1997) citado por Noya Contra maestra (2012), menciona que la fotografía debe ir acompañada de una leyenda para aportar la información necesaria con la finalidad de esclarecer lo mostrado.

A su vez, el Manual de Estilo de El País considera que todas las fotografías deben tener un pie de foto y que este “debe ser puramente informativo e independiente del texto al que acompañan” (El País, 1997, p. 48)

No obstante, en el caso del ciberperiodismo ambos elementos deberían encontrarse presentes no solo en otros agentes como: audio, video o grafismos.

En cuanto a la autoría, el crédito de las fotografías se escribirá en el mismo pie de foto acorde al Manual de Estilo de del diario Hoy. La ubicación del crédito y autor de la foto, en el caso del Libro del estilo Urgente de la agencia EFE (2011), será al final de la leyenda. Esta deberá indicar si la imagen usada es de la misma agencia o de un proveedor externo.

2.1.6.5. Estructuración de la noticia

En los cibermedios, para la composición del texto de una noticia debe considerarse la extensión y estructura. Por ello, Txema Alegre, quien es citado por Ramón Salaverría (2005b), señala que el medio digital debe saber combinar textos largos y cortos.

Asimismo, la investigación del Eyetrack II revela que las historias cortas eran tres veces más vistas que las largas.

A. Pirámide invertida

Una de las principales estructuras es la pirámide invertida. De acuerdo a Melvin Mencher, citado por Guillermo Franco (2008), esta estructura persiste porque satisface las necesidades de los usuarios en los cibermedios.

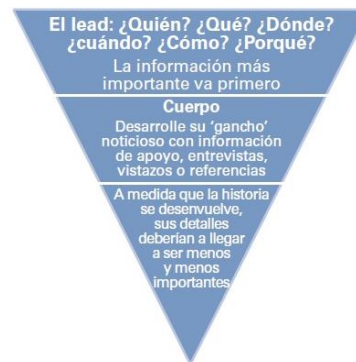
“Los lectores desean saber qué pasa tan pronto la historia comienza a desenvolverse. Si es interesante, prestarán atención. De otra forma, se irán a otra parte. La gente está muy ocupada para detenerse sin ninguna recompensa” (p.53).

Este modelo organiza el contenido en un orden de interés decreciente. En el lead se trata de responder a las cinco preguntas: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Quién?, ¿Dónde?

A su vez, Guillermo Franco (2008) detalla tres niveles de utilización de esta estructura:

Nivel básico: Este implica la ubicación del texto en una misma página web que supone una historia lineal pues el usuario no puede alterar el orden de acceso al contenido web.

Pirámide invertida, nivel básico de utilización



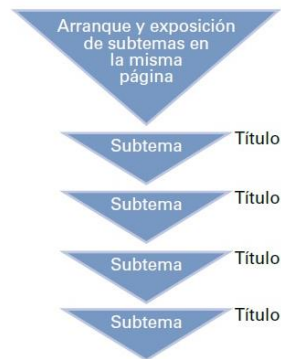
Extraído del libro *Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'* (2008, p.55)

Segundo nivel: se refiere al texto lineal que está dividido en subtemas en la misma página web. El autor refiere que a partir del tema principal, expuesto en el primer párrafo, se definen los subtemas que son introducidos por intertítulos dentro de la misma página.

No obstante, Franco recomienda que si el autor logra crear una independencia total de cada uno de los subtemas, permitirá al usuario una lectura no lineal. En caso no lo logre, solo permitirá una lectura no lineal restringida pues existe interdependencia de los párrafos e ideas.

Pirámide invertida, segundo nivel de utilización

Estructura de textos que pueden ser divididos temáticamente, pero van dentro de una misma página



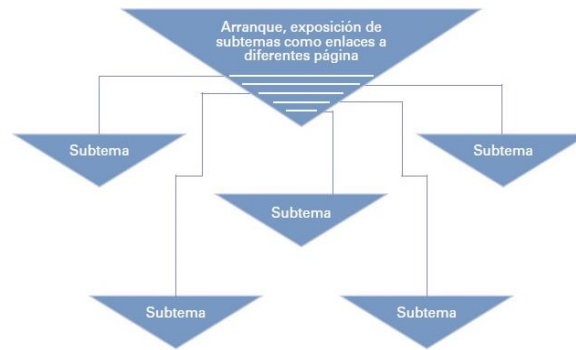
Extraído del libro *Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'* (2008, p.57)

Tercer nivel: Este corresponde al texto lineal dividido en subtemas que aparecen en diferentes páginas web. Como resultado se obtendrá una introducción al tema seguida por enlaces que llevan al desarrollo de los temas.

En este nivel, el usuario elige la ruta para leer el texto y determine la jerarquía de la información. Además, permite que el usuario sea quien construye su propia pirámide.

Pirámide invertida, tercer nivel de utilización

Pirámides flotantes ubicadas en diferentes páginas Web. El usuario escoge su propia ruta de navegación y construye su propia pirámide invertida a partir de la presentación y exposición del tema



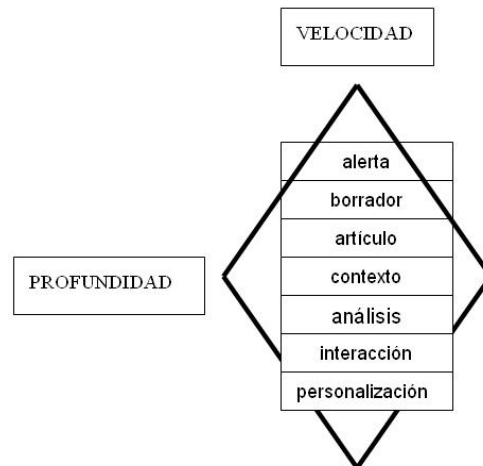
Extraído del libro *Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'* (2008, p.59)

Existen informaciones periodísticas que tienen un tratamiento de redacción diferente al de la pirámide invertida. Juan Carlos Camus (2012), en el libro *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, señala dos tipos de estructuras para las noticias en las plataformas digitales.

B. El diamante

Está representada por un diagrama en forma de diamante cuyos ejes son la velocidad y profundidad de la noticia. El profesor inglés Paul Bradshaw (2007) señala que la elaboración de una noticia en las plataformas digitales irá modificándose conforme se tenga la información.

Él señala que esta estructura responde al proceso del periodismo del siglo XXI: el periodismo repetitivo de los nuevos medios: la noticia que nunca está “terminada”.



Extraído del libro *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* (2007,p.337)

El diagrama tiene la siguiente estructura²:

- Alerta: el periodista envía una alerta de la noticia a los suscriptores.
- Borrador de la noticia: es utilizado en los blogs con la primera información del hecho.
- Artículo: Se incorporan los comentarios de los lectores.
- Contexto: Se incorporan soportes multimedia, así como la utilización de hipertextos.
- Análisis: se incorpora las reacciones de los lectores y/o se pueden invitar a un bloguero para que dé su opinión del hecho.
- Interactividad: se promueve la participación de los usuarios con preguntas u otros recursos.
- Personalización: los usuarios pueden obtener la información de distintas maneras. Suscribirse al medio o la utilización del RSS³.

² Extraído del artículo *The inverted pyramid of data of journalism* de Paul Bradshaw (2007).

C. La pirámide tumbada

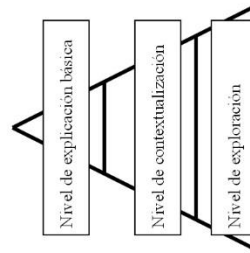
Joao Canavilhas (2007), plantea una estructura con cuatro niveles de información para que los usuarios puedan acceder a las noticias en las plataformas digitales de acuerdo al patrón de lectura que tengan.

“En esta arquitectura, la información se organiza horizontalmente de menos a más información sobre cada uno de los elementos de la noticia (qué, quién, dónde, cuándo, cómo, por qué) y es el usuario el que decide qué leer”, (Canavilhas, 2007).

Este modelo está compuesto por cuatro niveles:

- Unidad base: responde a las preguntas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo? y ¿dónde?, puede ser la entrada o una noticia de última hora que ofrece un panorama general del contenido.
- Nivel de explicación: el texto responde a las preguntas ¿por qué? y ¿cómo?, completando la información esencial sobre el acontecimiento. Además, se utilizan los nodos para ampliar la información.
- Nivel de contextualización: amplía la información con enlaces documentales desde la propia plataforma digital o de otras fuentes.
- Nivel de exploración: uso de enlaces externos para profundizar más la información.

³ RSS llamado así por sus siglas en inglés (Really Simple Syndication). Sirve para compartir contenido en la web con los usuarios que se han suscrito a la página.



Extraído del libro *Webnoticias: propuesta del modelo periodístico para la www (2007)* (pág-215)

D. La estructuración en capas

Ramón Salaverría (2005b), plantea la estructuración en capas basándose en cómo se obtiene la información de una noticia desde que ocurre. Parte desde lo más sencillo hasta lo más complejo.

Señala que hay cinco niveles en este modelo:

- Primer nivel: flashes informativos. Son noticias básicas compuestas de un único nodo (*sin ningún enlace*). Corresponden a resúmenes informativos breves y avances informativos urgentes que carecen de ampliación provisionalmente.
- Segundo nivel: noticias simples. Están compuestas de dos nodos hipertextuales. El primero corresponde al titular con el gancho de la noticia y el segundo es el desarrollo de la información.
- Tercer nivel: noticias con documentación. Son aquellas que están relacionadas mediante enlaces hipertextuales, conectan al texto principal de la noticia una o varias informaciones relacionadas.
- Cuarto nivel: noticias con análisis. A los niveles anteriores se les añade el análisis de un experto. Esto se presenta como columnas, críticas o, incluso artículos editoriales en nombre del medio.

- Quinto nivel: noticias con comentarios. A la noticia principal se adjuntan un buzón de comentarios en el que los lectores puedan expresar sus opiniones al respecto.

E. Modelo cronológico

Para Salaverría (2005b) este modelo cronológico parte de un planteamiento, continúa con el desarrollo de la noticia en tiempo real, a menudo marcado por la hora del evento y culmina con un desenlace.

Esta estructura es usada para las noticias de género policial, accidentes, así como reportajes sobre juicios o partidos de fútbol.

2.1.6.6. Géneros ciberperiodísticos

Con el ingreso del internet, los géneros periodísticos que se encontraban anteriormente en el periodismo fueron trasladados a su vez al ciberperiodismo, evolucionando y presentando nuevas características.

Salaverría (2005b) considera que la mayor característica de los géneros ciberperiodísticos es el de “amalgamar dos lenguajes periodísticos previos: el redaccional de la prensa impresa y el audiovisual de la radio y la televisión”. (p.142)

Salaverría (2005a) señala que existen cuatro fases de desarrollo en los géneros ciberperiodísticos:

- a) **Repetición**, este corresponde al estadio más básico, el de la mera reproducción literal en los cibermedios de los géneros y formatos tomados de medios precedentes, principalmente, del escrito. Para que se dé este estadio, basta con que el medio reproduzca sus géneros de otros medios.

- b) **Enriquecimiento**, este nivel se da cuando el género tradicional es acompañado con las características ciberperiodísticas (hipertextuales, multimedia o audiovisual).
- c) **Renovación**, este nivel de desarrollo se alcanza cuando se recrean los géneros tradicionales mediante las posibilidades hipertextuales, multimedialidad e interactividad. Es decir, una renovación del género. Un paradigma del género renovado es la infografía multimedia.
- d) **Innovación**, este consiste en la creación de los géneros periodísticos para los cibermedios, sin partir de referentes en los medios impresos y audiovisuales. En esta etapa se considera al weblog, el cual cuenta con características de los géneros como la noticia, crónica y la columna por la labor de información diaria que surge en el ciberespacio.

A. Noticia

Considerado como el género emblemático del periodismo, la noticia es uno de los géneros que ha sido transpuesto al ciberperiodismo y evolucionado con este.

Uno de los cambios que ha tenido la noticia en el medio del internet es la velocidad de redacción de estas, provocando que la rapidez de la redacción de estas sea uno de los factores claves en el medio así como el dominio de otros tres elementos importantes: la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.

Asimismo, los elementos de la noticia tradicional han evolucionado con el paso al internet, como se ha explicado en el segmento anterior así como su clasificación y ubicación en los portales web acorde a su contenido, lo que a su vez ha afectado la forma de redacción.

La Voz (2006) categoriza a las noticias y adecúa su redacción así como ubicación acorde al contenido de estas, segmentándolas en:

a) Noticias breves.

Según La Voz (2006) la extensión promedio de estas noticias debe ser de dos o tres párrafos, siendo el primer párrafo el lead o foco de la noticia y la atribución de la fuente.

Este tipo de noticias se ubicarán en el portal de acuerdo a su nivel de jerarquía, la cual deberá equilibrar la importancia del acontecimiento y la hora de actualización.

b) Noticias estándar:

Son aquellas noticias en la que los acontecimientos están aún en desarrollo inicial o cuando su importancia es baja. Acorde a La Voz (2006) "el empleo del hipertexto para la información de contexto y adicional es fundamental" (p.166).

c) Noticias en profundidad

De 6 a 8 párrafos, estas noticias se jerarquizan acorde a su importancia.

Además, una característica propia de estas es el uso de elementos hipertextuales, de elementos multimediales e interactivos.

d) Urgente

Este tipo de noticias informa acerca de acontecimientos sobre los cuales no existe información publicada en la portada (La Voz, 2006), siendo jerarquizadas acorde a los criterios de proximidad, sorpresa, notabilidad e intensidad.

B. Crónica

Proveniente del latín “*chronos*” que significa tiempo, la crónica, un género que “combina información e interpretación” (Salaverría, 2005b, p.150).

La crónica es según Martínez de Sousa, citado por Salaverría (2005b), un “relato de una historia de actualidad en la que la narración de los hechos se enriquece con el análisis, la interpretación y la visión profesional del periodista”.

Para Salaverría (2005b) existen dos tipos de crónicas que son propias del género de la crónica en el ciberperiodismo: la crónica en directo y crónica de última hora.

C. Entrevista

En el caso de la multimedialidad, el uso de audios y videos es un factor común en el caso de los reportajes, así como las fotografías o galería de imágenes que permiten atraer al lector a este.

Respecto a la hipertextualidad, esta característica propia del ciberperiodismo permite crear diversas rutas de navegación para contar el reportaje así como enlazar a estos enlaces externos o internos que permitan al lector una mejor comprensión de estos y del reportaje.

En el caso de la interactividad, el reportaje posee más posibilidades de permanecer situado en la portada de un portal de un medio o de tener mayor visibilidad al ser de un carácter menos efímero que una noticia, permitiendo a los lectores visitarlo con más frecuencia y poder comentar o interactuar con éste o el periodista que lo redactó.

D. Columna y otros géneros

Dentro de los géneros que han sido trasladados también a los portales webs de los medios, la columna y la editorial han sido dos de los géneros argumentativos que han pasado por este proceso.

No obstante, según Salaverría (2005a) el traslado de estos géneros al internet es aún básico en algunos medios, y las características propias de éste como la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad no son tan aprovechadas como en el caso de las noticias u otros géneros.

2.3. Marco institucional

2.3.1. La Industria de Trujillo

El diario *La Industria de Trujillo* se constituyó el 7 de noviembre de 1895 bajo la dirección de Teófilo Vergel y Raúl Edmundo Haya de Cárdenas.

El periódico que es el tercero más antiguo en el país, empezó como un semanario. El 1 de julio de 1898 se inicia la edición diaria. Este medio impreso tiene un alcance regional en el departamento de La Libertad.

En 1900, el diario fue traspasado a Miguel F. Cerro Guerrero, creador de la empresa familiar hasta la actualidad.

En el 2000 el periódico lanza su edición digital junto con las ediciones regionales de Chiclayo y Chimbote.

El 10 de abril del 2011, la web de *La Industria de Trujillo* lanzó el rediseño de su plataforma, donde, se incluyó una sección principal compuesta por seis ‘televisores’. Según el mismo portal, esta nueva web explota “al máximo el poder de la imagen y los enlaces a las redes sociales”.

Misión:

Somos la empresa editora líder en el norte del país que produce y comercializa diarios y otras publicaciones como servicios de publicidad para satisfacer las necesidades de sus lectores y anunciantes.

Visión:

Seremos la corporación líder en comunicaciones en el norte del país mediante la constante innovación y diversificación de nuestros productos y servicios, en beneficio de nuestros clientes y usuarios manteniendo estándares internacionales de calidad total.

Director: Juan José Bringas

Público objetivo del portal *La Industria de Trujillo*: Jóvenes de 18 a 25 años del sector socioeconómico B procedentes de Víctor Larco, Huanchaco y Moche. También se cuentan con usuarios de 27 a 35 años. Además, existen lectores de Chimbote y Chiclayo.

Equipo de trabajo del área digital: Es conformado por tres personas. (dos redactores y un editor) durante el periodo de la evaluación. Actualmente son cuatro (tres redactores y un editor) colaboradores. En la entrevista realizada al editor web, Jackov Camino (2014), menciona que en junio, julio y agosto del 2013 los dos redactores debían cubrir notas para la edición impresa. Sin embargo, esto ha cambiado. Un redactor de la edición digital acompaña al periodista de la versión impresa cuando surge una noticia de relevancia.

Forma de trabajo del área digital

Durante la mañana, se realiza la publicación de las notas más importantes de la edición impresa durante las mañana. Los redactores, según explica Camino (2013), deben actualizar la página con notas desde 08:30 hrs a 21:00 hrs.

Directrices del área digital

En abril del 2014, se dispuso que los redactores de la edición impresa redacten las notas que realizaron para el portal.

En marzo del 2014, *Laindustria.pe* inició la elaboración de reportajes digitales.

Según la nota publicada por la web, el desarrollo del producto audiovisual responde a la 'innovación y compromiso con la comunidad'

Este reportaje es elaborado con la colaboración de los periodistas de ambas versiones. Según Camino (2014), se solicita el apoyo a los redactores de la edición impresa para los planteamientos del tema que se abordará así como los contactos, en tanto, los ciberperiodistas se encargan de realizar la grabación a través de celulares o con las cámaras digitales.

En algunas ocasiones, los fotoperiodistas ayudan en la grabación de las imágenes.

Equipos tecnológicos del área digital: Se cuenta con una cámara fotográfica y un smartphone.

2.3.2. **Correo-La Libertad**

Perteneciente al grupo EPENSA (Empresa Periodística Nacional S.A) cuyos orígenes se remontan a 1962, fecha en la cual Luis Banchero Rossi lanzó la primera publicación de *Correo Tacna*, anteriormente llamado Diario Sur. Correo-La Libertad es el nombre que recibe la sucursal y edición del diario nacional *Correo* en la región La Libertad, ubicada al norte del país.

La primera edición regional en La Libertad inició el 19 de febrero del 2004.

Durante la investigación no se ha determinado la fecha exacta en la que la web empezó circular. Fernando Fernández, jefe de informaciones del diario *Correo-La Libertad* no cuenta con la fecha.

De acuerdo a la investigación realizada por Yezers'ka (2008), *Correo* solo contaba con seis ediciones digitales en las ciudades de Lima, Piura, Arequipa, Tacna, Huancayo, Puno y Huánuco durante el último trimestre en el 2004.

En setiembre del 2013, el grupo *El Comercio* realizó la compra del 54% de las acciones del grupo *EpenSA* en lo referente al negocio de impresión y comercialización de los diarios y su publicidad. Sin embargo, el 100% de las acciones de la empresa de contenidos periodístico lo mantendrá EpenSA, propiedad del grupo Agois Banchero, según publicación realizada por el portal *Semanaeconómica.com* (2013).

Misión:

Dirigir una cadena de medios de comunicación para informar, entretener, educar y servir con credibilidad, veracidad y objetividad. Ser portavoz de las necesidades de la comunidad a través de su conocimiento profundo de la realidad nacional, para promover el bienestar de las grandes mayorías del país.

Visión:

Seremos una empresa multimedios con presencia en todas las regiones del país, con colaboradores comprometidos con el líder que lo acompañan a hacer realidad la misión de **EPENSA**.

Equipo de trabajo:

Fundador: Luis Banchemo Rossi

Directores:

- Iván Slocovich Pardo

Director edición La Libertad:

- Alfredo Alí Alava

Público objetivo de la versión digital:

El público es del grupo de personas de 19 años a más que desea estar informado sobre temas políticos. Los contenidos están dirigidos a la población socioeconómica de la edición B y C, la cual no pudo comprar el diario pero desea mantenerse informada. También, se incluye a aquellos trujillanos que están en otros lugares pero desean enterarse de lo que ocurre.

Responsable del área web: Fernando Fernández, quien, además, es jefe de Informaciones.

Equipo del área web: no se cuenta con personal, a excepción del responsable.

Forma de trabajo de la edición digital:

Durante la mañana, se realiza la publicación de las notas más importantes de la edición impresa, incluido la nota de la portada del diario.

Según Fernández, los redactores de la edición impresa son monitoreados a fin de que informen sobre las notas que cubren y puedan ser actualizadas en la web a partir de las 18:00 hrs. Esta práctica fue intensificada en octubre del 2013.

Directrices en la versión digital:

En octubre del 2013, por orden del diario a nivel nacional, se exige que se realice un vídeo para acompañar las notas publicadas. Esto es realizado de forma espontánea con los fotoperiodistas, quienes, eligen el tema que se cubrirá. Por otro lado, se evalúa la publicación de recetas así como la reseña de restaurantes debido a que hay una página impresa dedicada a estos contenidos.

Equipos tecnológicos del área digital: No se cuenta con herramientas destinadas al área, por lo que, se solicita el apoyo a los fotógrafos.

2.4. Definición de términos básicos

Ciberperiodismo

Es aquel periodismo que emplea el internet para investigar, producir y difundir los contenidos periodísticos.

Multimedialidad

Característica propia del ciberperiodismo que nace a partir del soporte digital que permite la posibilidad de combinar y usar diversos elementos de los siguientes: imagen, fotografía, audio y video, más el texto para entregar un mensaje.

Hipertextualidad

Es la capacidad que permite conectar diversos textos entre sí mediante el uso de un enlace. El resultado de esto se denomina hipertexto.

Interactividad

Capacidad gradual y variable que permite al usuario y al medio conectarse para poder intercambiar mensajes (interactividad comunicativa) o para poder personalizar la información ofrecida en el portal acorde a los gustos del lector.

Noticia

Es uno de los géneros periodísticos, en el cual se da a conocer sobre un acontecimiento de interés público que acaba de suceder. Con el ciberperiodismo, las noticias deben ser inmediatas.

Titular

Es el rótulo de la nota informativa, el cual tiene como función identificar el texto, informar del contenido y generar el interés en el lector. Además, en el cibermedio es hipertextual.

Lead

Es el primer párrafo de la noticia, el cual deberá generar el interés del lector. Además, contiene las palabras claves sobre los hechos que se mencionan.

Pirámide invertida

Tipo de estructura de la noticia, en la que se debe responder por las cinco preguntas: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Quién?, ¿Dónde? y ¿Por qué?

CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS

3.1 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Características del ciberperiodismo	Son las cualidades que distinguen al ciberperiodismo del periodismo impreso, radial u otros.	Hipertextualidad	Tipo de enlaces(según el nodo que se dirigen)
			Estructuras de hipertexto
		Multimedialidad	Agentes multimedia
			Tipos de multimedialidad
		Interactividad	Tipos de interactividad
			Elementos interactivos

CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Tipo de diseño de investigación

Transeccional o transversal: Descriptivo

4.2. Material de estudio

4.2.1. Población

La población total de notas principales de los portales web *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad* son todas las que han sido publicadas durante el periodo junio, julio y agosto del 2013.

Las notas principales son aquellas que tienen una mayor jerarquía en el diseño de la web.

4.2.2. Muestra

La investigación estudiará 157 notas principales de los portales web de *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto del 2013. Para ello, se eligió una nota diaria de cada portal teniendo en cuenta la ubicación principal en las plataformas

En el caso de *La Industria de Trujillo*, se eligió al azar la nota principal teniendo en cuenta en algunos casos la coyuntura. En este ciberdiario se consideraron 85 notas para la evaluación. Siete notas no fueron incluidas debido a los problemas técnicos que sufrió la web durante la investigación. Estas son las publicaciones de los días 02 y 03 de junio, y desde el 27 de hasta el 31 de agosto.

En *Correo – La Libertad*, se evaluaron 72 notas debido a que en junio solo se logró recolectar 26, en julio y agosto 23. Se descartó las demás notas porque contenían información que fueron evaluadas. En algunos casos la página no fue actualizada.

4.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos

4.3.1. Para recolectar datos

- Se realizará una entrevista, de tipo cuestionario, a los responsables del manejo de las plataformas web de los mencionados medios para determinar cómo es el manejo de las notas informativas.
- Se usará el fichaje para recopilar información sobre las notas informativas que son subidas a diario a las dos plataformas para analizar.
- Se usará la observación sistemática con la finalidad de definir y determinar las características existentes en las notas de los medios mencionados.

4.3.2. Para analizar información

- En el caso del fichaje, se clasificará la información recopilada en un archivo para su posterior análisis.
- En la entrevista, las respuestas obtenidas serán transcritas en un documento de Word para su posterior análisis y archivo, con la finalidad de comparar los casos y determinar similitudes y diferencias, así como el proceso de la información en los tres casos.
- Además, se realizarán la evaluación de los cybermedios usando la ficha de análisis elaborada por Luis Codina (2008).
- También se realizará el test de dinamismo de Salaverría (2005) para conocer el grado en el que son utilizados las características del ciberperiodismo (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y frecuencia de actualización). La escala de cada valor desde 0 a 5, donde el 0 es el menor grado de adecuación y 5 es mayor grado de adecuación.
Por ejemplo, en la hipertextualidad con valor 5 es aquella que se ajusta a la estructura de los contenidos y al nivel cognitivo –conocimientos técnicos y culturales– de su usuario pretendido. En la interactividad con “un óptimo grado de adecuación”, es decir con valor 5, permite al internauta personalizar la búsqueda de contenidos.

En la multimedialidad con un óptimo grado de adecuación es aquella que se adapta a la naturaleza de los contenidos del cibermedio y a la condición técnica–recursos tecnológicos y conocimientos técnicos– de su usuario pretendido. Evita la narración duplicada de información. Por último, en la frecuencia de actualización con un valor de 5, es aquella que se adapta a la necesidad real de renovación de los contenidos del cibermedio y requerimiento de inmediatez de un usuario pretendido.

La suma total de los valores obtenidos por los cuatro indicadores posibilita la asignación del cibermedio a una asignación:

- Cibermedios de nivel 1 (el menos dinámico): los cuatro indicadores suman entre 0 y 4.
 - Cibermedios de nivel 2: los indicadores suman entre 5 y 8.
 - Cibermedios de nivel 3: los indicadores suman entre 9 y 12.
 - Cibermedios de nivel 4: los indicadores suman entre 13 y 16.
 - Cibermedios de nivel 5 (los más dinámicos): los indicadores suman entre 17 y 20.
- Se usará una ficha de análisis elaborada por las autoras de esta investigación. Esta se encontrará dividida en cuatro secciones: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y periodística.

En la primera sección, se usará como base para el análisis el marco teórico provisto por Salaverría y Orihuela y Santos.

La multimedialidad se analizará teniendo como base lo indicado en el marco teórico por Salaverría y la Fundéu BBVA.

En el caso de la interactividad, se estudiarán los elementos interactivos mencionados por Rost y la Fundéu BBVA.

En la sección periodística se tomará como base la clasificación de Salaverría para los titulares. Para los lead y tipos de noticia, se usará lo indicado por el Manual de Estilo de La Voz. En el caso de la estructura, la clasificación de Franco. Asimismo, se estudiarán los ítems de hora, fecha y lugar como se menciona en nuestras bases teóricas.

FICHA DE ANÁLISIS

Ficha de análisis de las notas principales de las plataformas digitales de *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad*, donde, se estudiarán la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad.

Ficha de análisis	
Diario:	
Nota informativa:	
Fecha:	
Horario:	
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	URL:
• Estructura de hipertexto:	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar	Requerimientos

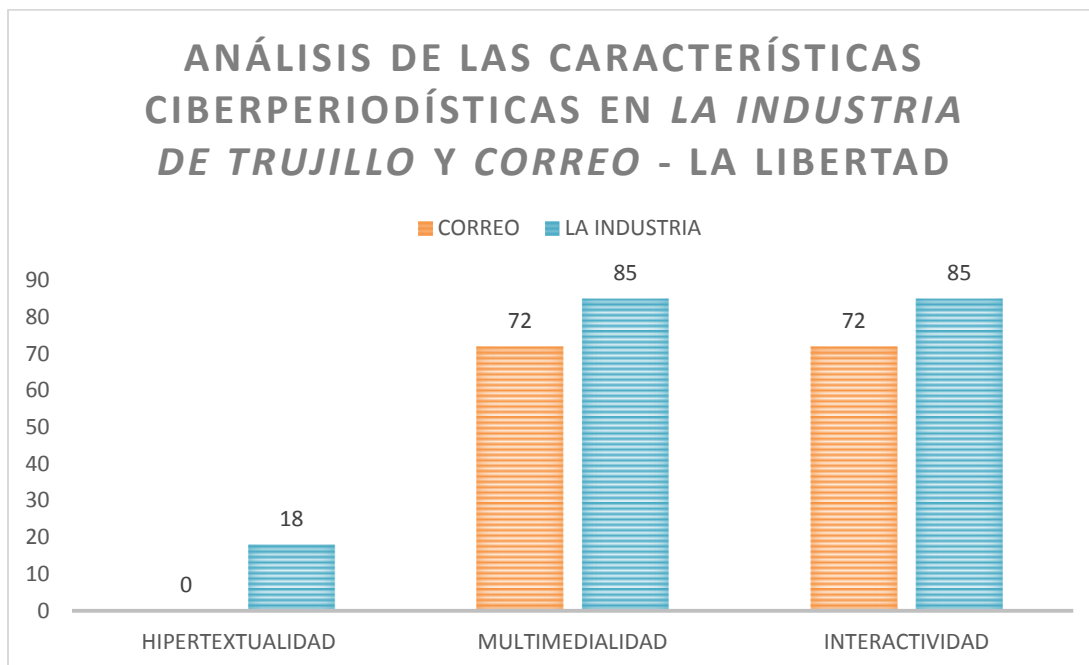
contenido)	
○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	
Interactividad	
• Elementos interactivos(botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)	
Periodística	
• Titular:	Titular: Clasificación:
• Texto	Lead: Clasificación:
	Estructura de la noticia:
	Tipo de noticia, según La Voz:
	Fecha, hora, lugar y autor:
• Otros	Leyenda de elementos multimedia:

Fuente: Elaboración propia. El ítem periodístico se basa en el diseño elaborado por Díaz Noci, J. y Palacios, M. (2007)

CAPÍTULO 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultados

Gráfico N° 01



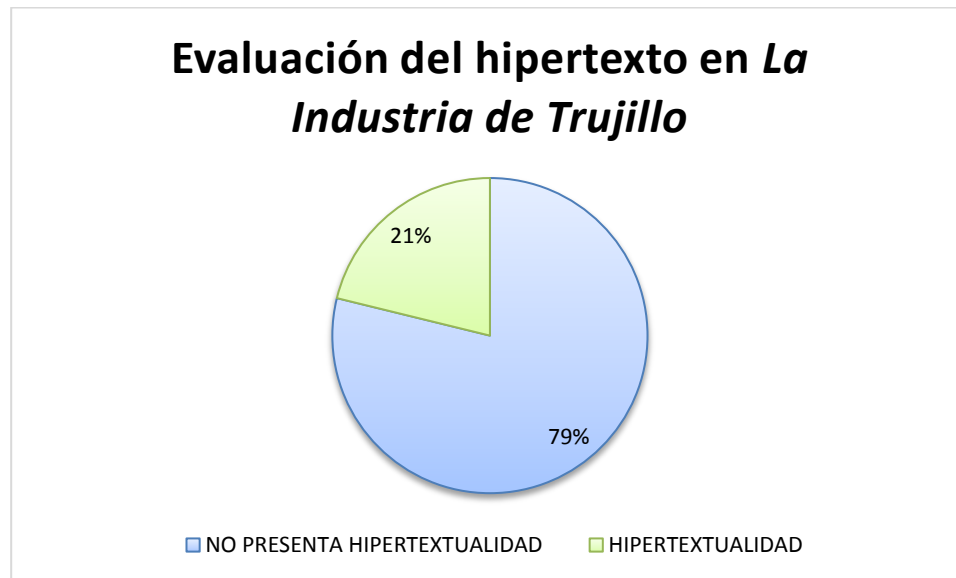
Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

De acuerdo a la evaluación realizada a las webs *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad*, se ha determinado que solo el primero cumple con las características ciberperiodísticas (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad). De este cibermedio, se identificó que 18 (11.47%) notas presentan dichas características.

En total se analizaron 157 notas, de las cuales 85 representan al portal *La Industria de Trujillo* y 72 a *Correo-La Libertad*.

5.1.1. Hipertextualidad

Gráfico N° 02



Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

Acorde al gráfico N° 02, 18 (21.18%) de las notas en el portal *La Industria de Trujillo* presentan hipertextualidad. El total de estas lo hace con un enlace interno y ninguna, con enlaces externos (*ver tabla N° 01*).

Tabla N° 01. Respecto al uso de nodos internos y externos

	Nodos Internos		Nodos Externos
	N. Internodal	N. Intranodal	
<i>Correo-La Libertad</i>	0	0	0
<i>La Industria de Trujillo</i>	18	0	0

Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

Las notas que presentan hipertextualidad usan enlaces internodales (en la página web) para enlazar con archivos de PDF que contienen las publicaciones elaboradas para la versión impresa. En su mayoría son especiales o infografías que no son colocadas en la web.

Durante la observación realizada a las notas evaluadas de *La Industria de Trujillo* se determinó que existen nodos internodales (en la página web) para enlazar con otras noticias de referencia. Sin embargo, esta función de las páginas web varía de acuerdo a las notas de referencia y al sistema que se utilice.

En la Evaluación de Medios Digitales en Línea de Luis Codina (*Ver Anexo 05 y 06*), en el ítem de luminosidad, el cual hace referencia al uso de enlaces externos, ninguno de los cibermedios logró obtener una puntuación superior a cero.

Es importante señalar que *Correo-La Libertad* utiliza el sistema Millenium para publicar las notas en la plataforma digital. Según explicó el jefe de informaciones de *Correo-La Libertad*, Fernando Fernández (*Ver Anexo 03*), este sistema no permite el uso de la hipertextualidad.

Tabla N° 02. Respecto a las estructuras del hipertexto

	No cuenta con estructura de hipertexto	Sí cuenta con estructura de hipertexto
Correo-La Libertad	72	0
La Industria de Trujillo	67	18

Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

De los resultados expuestos en la tabla N° 02, 18 (11,47%) de las notas analizadas del portal *La Industria de Trujillo* cuenta con una estructura de hipertexto. Según la clasificación de Orihuela Santos (1999), esas notas cuentan con estructura lineal porque es la única forma de acceder a la nota.

5.1.2. Multimedialidad

Tabla N° 03. Respecto al tipo de agentes multimedia que usan los portales

	Imágenes estáticas		Imagen en movimiento	Vídeo	Audio
	I. referencia	Grafismo			
<i>Correo-La Libertad</i>	70	2	0	0	0
<i>La Industria de Trujillo</i>	82	3	0	0	0

Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

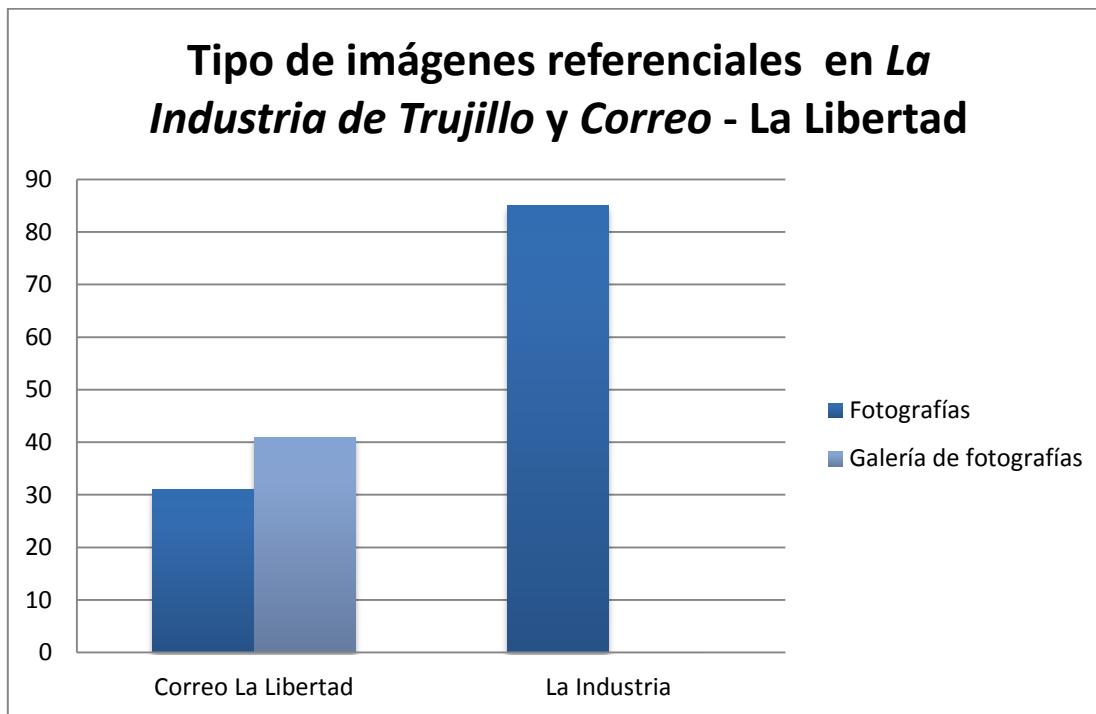
Del análisis realizado en cada nota principal de los mencionados portales se concluye que el agente multimedia de mayor uso es la imagen de referencia, el cual agrupa las fotografías como se muestra en la Tabla N° 03.

Esto se evidencia en los equipos con los cuales cuentan ambos cibermedios. Según las entrevistas que se les realizó a los responsables (*Ver Anexos 03 y 04*), solo tienen cámaras fotográficas.

Es importante señalar que la utilización de grafismos en al menos dos notas (2,8%) del portal *Correo-La Libertad* tales como esquemas y diagramas se usan para explicar al lector sobre la composición de bandas delincuenciales.

En el diario *La Industria de Trujillo* son 3 notas las que presentan grafismo. Dentro de la imagen de referencia se halló que 1 es un collage compuesto por una fotografía y un grafismo.

Gráfico N° 03



Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

En cuanto al uso de las imágenes estáticas, se ha determinado que 41 (56.94%) notas del portal en el portal de *Correo-La Libertad*, complementan la información con el uso de galerías fotográficas; mientras que, en *La Industria de Trujillo* es nulo este tipo de usos.

Tabla N° 04. Tipo de multimedialidad que predomina en los cibermedios

	Tipo de multimedialidad	
	Yuxtaposición	Integración
<i>Correo-La Libertad</i>	72	0
<i>La Industria de Trujillo</i>	85	0

Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

En el análisis sobre el uso de los agentes multimedia, se ha determinado que son utilizados en el 100% por yuxtaposición. Según la clasificación de Salaverría (2005b), los agentes multimedia no cuentan con una unidad comunicativa.

Además, de estos agentes, Jackov Camino, editor web del *diario La Industria de Trujillo*, (*Ver Anexo 04*) menciona que utiliza los vídeos de noticieros nacionales para la complementación de algunas noticias. Sin embargo, no se detectaron este tipo de agentes en la evaluación.

En cambio, Fernando Fernández, jefe de informaciones de *Correo-La Libertad*, señala que desde octubre los fotoperiodistas realizan la grabación espontánea de algunas noticias. No obstante, esto no formó parte de la investigación, la cual culminó el 30 de agosto del 2013.

5.1.3. Interactividad

Tabla N°05. Respecto al tipo de elementos interactivos que usan los portales.

	Elementos interactivos			
	Botones (redes sociales, imprimir, enviar por correo electrónico)	Comentarios	Objetos audiovisuales	Correo electrónico con periodistas
<i>Correo – La Libertad</i>	100%	100%	56.94%	100%
<i>La Industria de Trujillo</i>	100%	100%	0%	0%

Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la ficha de observación, se determina que los elementos interactivos de mayor uso en ambos diarios son botones que permiten compartir en redes sociales, imprimir, regresar, y los comentarios después de cada nota.

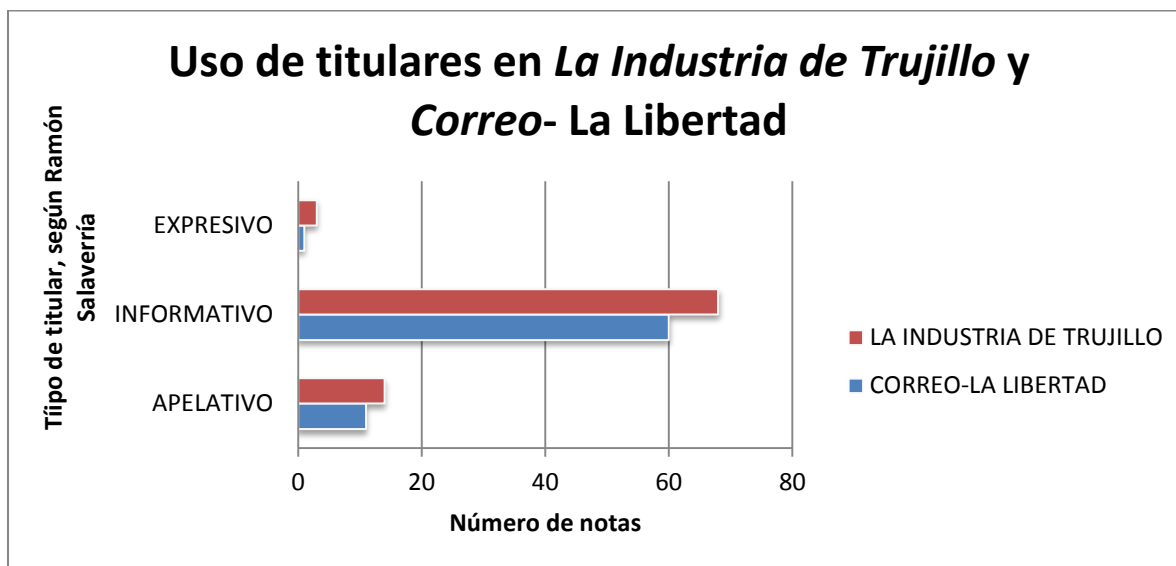
En *Correo – La Libertad*, se usan otros dos elementos interactivos: los objetos audiovisuales y el correo electrónico con periodistas.

Los objetos audiovisuales, que son los botones retroceder, avanzar, entre otros, se encuentran en el 56.94% de las notas informativas. Todas estas son notas que tienen una galería de imágenes.

Respecto al correo electrónico con periodistas, el 100% de las notas de *Correo- La Libertad* usa este elemento.

5.1.4. Periodística

Gráfico N°04

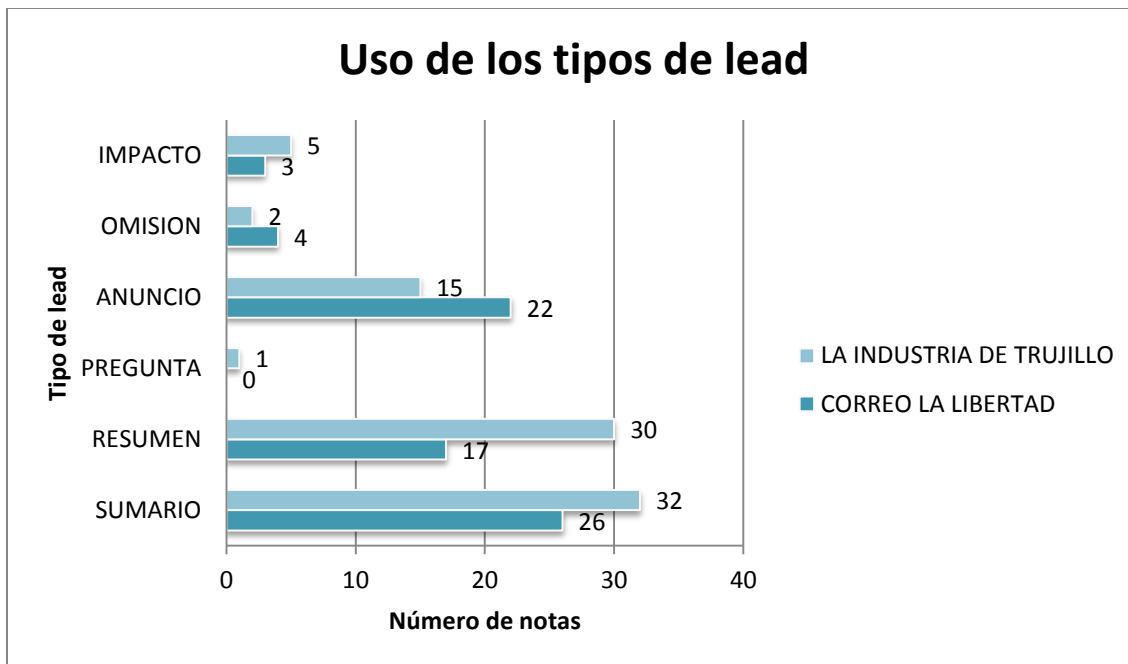


Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013

El titular informativo es el de mayor uso en ambos ciberdiarios. *Correo- La Libertad* tiene un 83.33% mientras que en *La Industria de Trujillo* 80%. Este tipo de titular forma parte de la clasificación de Salaverría, la cual incluye además otros dos tipos de titulares: apelativo y expresivo.

Los titulares apelativos son utilizados en 14 (16.47%) notas de la web de *La Industria de Trujillo*, y en 11 (15.28%) notas en *Correo – La Libertad*. Además se ha determinado que solo 3 (3.53 %) notas de *La Industria de Trujillo* presentan titulares expresivos.

Gráfico N°05



Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

En cuanto al lead de las notas evaluadas, el que presenta un mayor uso en ambos portales es el sumario con 37.65% en *La Industria de Trujillo* y 36.11% en *Correo-La Libertad*.

En *Correo – La Libertad*, el lead anuncio ocupa el segundo lugar con 30.56%, y, en *La Industria de Trujillo*, el resumen con 35.29%.

Tabla N°06. Respecto a la estructura usada por los medios.

	Estructuración de la noticia		
	Pirámide invertida Nivel Básico	Pirámide invertida 2º nivel	Otros
Correo- La Libertad	29	40	3
La Industria de Trujillo	47	36	2

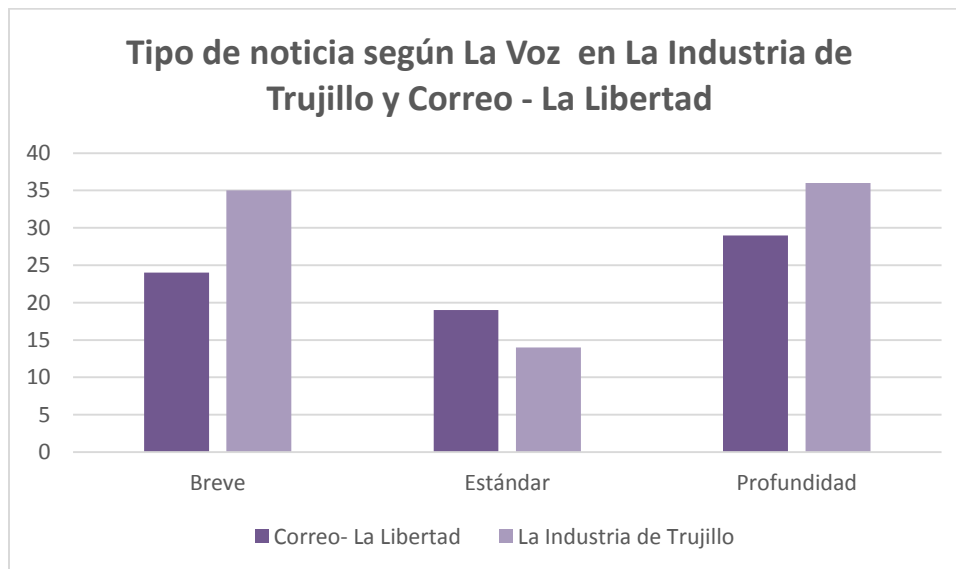
Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

La estructura usada con mayor frecuencia en ambos diarios es la de la pirámide invertida expuesta por Guillermo Franco. De acuerdo a este autor, esta presenta tres niveles el nivel básico, segundo nivel y tercer nivel. Sin embargo, en el estudio se ha determinado que predominan los dos primeros niveles.

En *La Industria de Trujillo*, 47 (55.29%) notas analizadas presenta la estructura de pirámide invertida en el nivel básico. Las 36(42.35%) notas restantes utilizan la estructura de la pirámide en su segundo nivel, y solo 2(2.35%) usan otro tipo de estructura.

Al contrario de *La Industria de Trujillo*, en *Correo – La Libertad* la pirámide invertida en el segundo nivel predomina con 40 notas (55.56%) mientras que 29 notas (40.28%) usan la pirámide invertida en el nivel básico. En este medio, solo 3 notas (4.16%) usan otro tipo de estructura.

Gráfico N°06

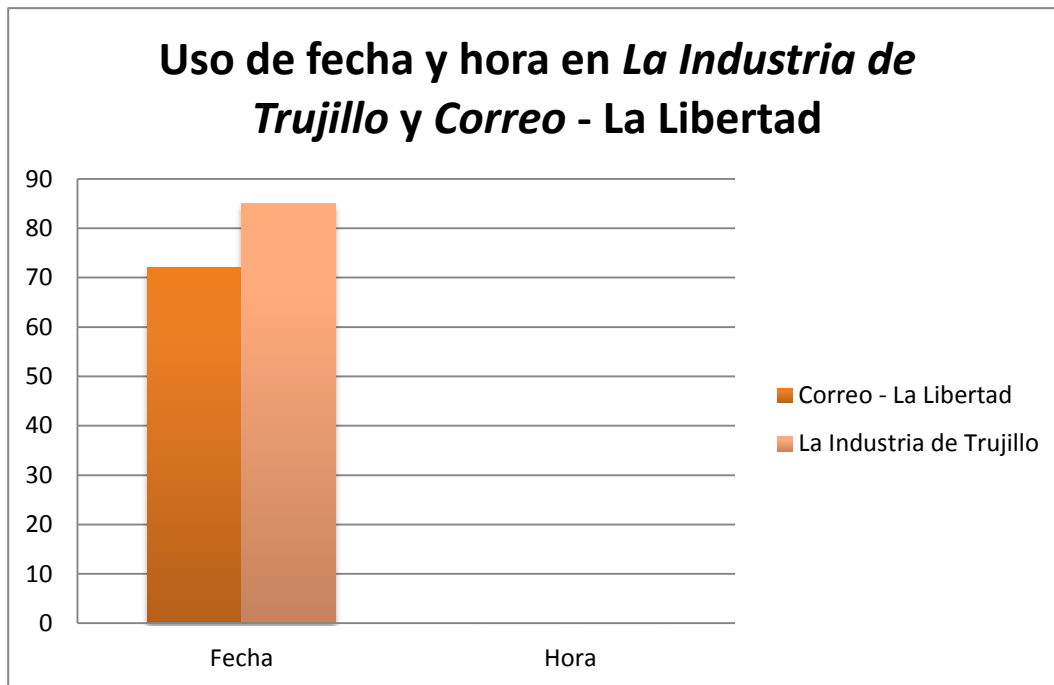


Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

En el portal de *Correo – La Libertad*, la noticia en profundidad es la que predomina con 29 (40.27%) seguido de la noticia breve (33.33%). La noticia estándar ocupa el último lugar teniendo el 26.38%.

En el caso de *La Industria de Trujillo*, hay una pequeña diferencia en los tipos de noticias. 36(42.35%) de las notas analizadas son de profundidad; mientras que, 35(41.18%) son breves.

Gráfico N°07



Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

En cuanto a la fecha de publicación, el total de las notas de ambos cibermedios analizados presentan dicha información. Sin embargo, ninguno de ellos considera la hora que fueron publicadas en las webs.

Tabla N°07. Respecto a la presencia de los datos: autoría y lugar

	Autoría	Lugar
<i>Correo – La Libertad</i>	72	72
<i>La Industria de Trujillo</i>	2	84

Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

En *La Industria de Trujillo* se halló que solo 2 notas evaluadas (2.35%) presentan el nombre del autor de la noticia, en tanto, el 97.65% restante no proporciona dicha información.

En el caso de *Correo – La Libertad*, el 100% de la muestra contiene el nombre así como el correo electrónico.

Respecto al lugar donde ocurrió el hecho, el total de las notas evaluadas de *Correo – La Libertad* presentan este dato. En el caso de *La Industria de Trujillo*, solo el 1,17% no cuenta con esta información.

Tabla N°08. Respecto a la presencia de los datos: autoría de agentes multimedia y leyenda.

	Autoría de agentes multimedia	
	Autor	Leyenda
<i>Correo– La Libertad</i>	24	0
<i>La Industria de Trujillo</i>	66	77

Fuente: Muestra de 157 notas de las plataformas *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* durante junio, julio y agosto de 2013.

En cuanto a la consignación del autor de la fotografía, en Correo – La Libertad el 24 (33.33%) de las notas que contienen agentes multimedia consignan el nombre del autor. En cambio, en La Industria de Trujillo, el 66 (77.65%) registra dicha información. Asimismo, solo el 90.59% de las notas contiene una leyenda.

5.2. Discusión

El estudio realizado a los portales de *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad*, ha determinado que solo 18 (11.47%) notas evaluadas presentan las tres características ciberperiodísticas. En tanto, las demás no usan el hipertexto.

Es importante señalar que las 18 noticias pertenecen al ciberdiario *La Industria de Trujillo*. El por qué ninguna de las notas de *Correo-La Libertad* pertenece a esta cifra será explicado más adelante.

5.2.1. Hipertextualidad

En cuanto al uso de la característica ciberperiodística de hipertextualidad, el test de Dinamismo de Salaverría que fue aplicado a las webs de *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad*, revela que el grado de adecuación es de dos pese a que el grado máximo era de cinco. Según el autor, el cibermedio debe contar con menús con diversas opciones para el lector, hipervínculos en la nota o sección así como buscadores de noticias del periódico.

En la evaluación se observó una falta de aprovechamiento de los nodos internos debido a que se evidencia la presentación de uno o dos menús para el lector, un buscador básico de noticias, la inexistencia de hipervínculos en el texto, entre otros

En el caso del uso de los nodos externos, la evaluación de Medios Digitales en Línea de Codina (2006), revela que no existe una utilización de ellos pues ambos cibermedios obtuvieron cero en el ítem de luminosidad (en referencia al uso de enlaces externos).

Esto es apoyado por los resultados de la evaluación de las 157 notas a través de la ficha de análisis, la cual determinó una carencia del uso de enlaces externos y falta de aprovechamiento de los nodos internos (internodales e intranodales). Según Salaverría, los intranodales conducen al lector de un punto de la noticia a otro de esta misma ubicado en el texto. En tanto, los internodales dirigen al cibernauta a otro nodo ubicado en otro lugar del mismo cibermedio.

De acuerdo la ficha de observación, se ha determinado que 18 (38,23%) notas analizadas de la web *La Industria de Trujillo* utilizan enlaces internodales para dirigir al usuario al contenido de archivos PDF, en el cual, se encuentran las notas o informes especiales elaborados para la edición impresa. Lamentablemente, la mayoría de estos enlaces están rotos debido a que durante la investigación se realizó el cambio de dirección de la url del “.com” al “.pe”.

Es importante señalar que existen otros nodos internodales tales como el titular o una imagen ubicadas en la página principal de la página que enlazan al desarrollo de la nota. Asimismo, se encuentran las notas de referencia que aparece al final de la nota, conforme se usen las palabras claves.

Otro de los aspectos que llama la atención es la inexistencia del uso de nodos intranodales en el texto de este cibermedio.

En el caso de *Correo-La Libertad*, no son usados los nodos intranodales e internodales por parte de los editores web. Sin embargo, Fernando Fernández (*Ver Anexo 03*) explica que el sistema Millenium utilizado para publicar las notas en la web no les permite el uso de la hipertextualidad. Pese a ello, el portal cuentan con nodos básicos como los internodales que están representados por el titular ubicado en la página de inicio y dirige al desarrollo de la noticia.

Asimismo se ha determinado durante la observación que *La Industria de Trujillo* utiliza en algunas de sus notas la estructura de hipertexto lineal.

5.2.2. Multimedialidad

De los cuatro tipo de agentes multimedia que ha determinado la Fundéu BBVA (2012), se ha identificado que la imagen de referencia (fotografías) es el más usado en las webs de la *Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad* como se revela en el estudio de observación.

En dicha evaluación, se determinó que el 100% de las notas utilizaban este agente multimedia. Además, el test de dinamismo de Salaverría, le otorga a ambas páginas

webs el grado dos en un máximo de cinco por la falta de exploración de otros nuevos agentes como vídeos, audio, entre otros.

En las entrevistas al editor web de *La Industria de Trujillo*, Jackov Camino y al jefe de informaciones de *Correo-La Libertad*, Fernando Fernández, (*Ver Anexo 03 y 04*) comentan que solo cuentan con cámaras fotográficas para registrar los hechos del día. Esto revela las carencias que tiene la sala web de cada portal.

No obstante, el uso de las fotografías varía en cada uno de los portales analizados. Por ejemplo, unas 41 notas del cibermedio *Correo-La Libertad* presentan una galería fotográfica que acompaña la información de la noticia; en las otras 31, solo se usa la fotografía.

Es necesario resaltar que en dichas galerías fotográficas, se han utilizado grafismos como diagramas y esquemas para explicar la conformación de bandas delincuenciales. Estos grafismos son tomados de la edición impresa.

En *La Industria de Trujillo*, en tanto, 96.47% de las notas analizadas cuentan con una imagen estática. Sin embargo, este cibermedio publica galerías fotográficas de temas determinados de forma ocasional pero no acompañando a las notas. En cuanto al uso del grafismo, tres notas presentan este agente pero la información no es visible debido a que la imagen es de baja calidad y es reducida, lo cual no permite apreciar la información.

En este ciberdiario, los grafismos son infografías publicadas en la edición impresa que son colgadas en la web en formato PDF.

Por último, Fernando Fernández, jefe de informaciones de *Correo-La Libertad*, señala que desde octubre los fotoperiodistas deben realizar la grabación espontánea de algunas noticias. No obstante, esto no formó parte de la investigación porque culminó en setiembre del 2013.

De acuerdo a Salaverría, (2005b), existen dos tipos de multimedialidad: por yuxtaposición e integración.

En este caso, ambos cibermedios utilizan las fotografías y galerías como yuxtaposición de la información, es decir, el lector no puede entender dicha imagen sin necesidad del texto. A su vez, Jackov Camino (*Ver Anexo 04*), menciona que el cibermedio de *La Industria de Trujillo* usa vídeos en notas de ámbito nacional a fin de acompañar la información.

5.2.3. Interactividad

Las fichas de observación aplicadas a la muestra determinan que los elementos interactivos que tienen en común ambos ciberdiarios son los botones de redes sociales (Facebook, Twitter, Google Plus) y de los comentarios; así como las opciones de imprimir o enviar por correo electrónico la noticia.

En ambos portales, la opción de enviar por correo electrónico a un cibernauta no exige llenar ningún formulario al usuario solo se solicita los e-mails de destinatario y remitente. Al finalizar la acción, se informan que el correo fue enviado.

En *Correo - La Libertad*, cuenta, además, con un botón llamado 'Volver', el cual se encuentra ubicado en la parte superior de las noticias, a lado de las demás opciones de interactividad. Esta herramienta permite al usuario regresar a la página de inicio de la web.

Por el contrario, *La Industria de Trujillo* no cuenta con esta opción. Se ha identificado un botón que está representado por un pulgar hacia arriba, el cual no tiene una función específica.

Respecto a la sección de comentarios, ambos medios exigen el llenado de un formulario para que el usuario pueda dejar una opinión en el portal.

En *La Industria de Trujillo*, la identificación del usuario solo consta de una dirección de correo electrónico; mientras que, en *Correo-La Libertad*, se solicita al cibernauta ingresar con su cuenta de Facebook u otra red social o el sistema Disqus (usado en la colocación de comentarios).

Ambos medios solo se encargan de regular la publicación de estos mas no participan en las conversaciones que puedan desarrollarse dentro de las notas publicadas.

No obstante, en el caso de *Correo – La Libertad*, se usan otros dos elementos interactivos: los objetos audiovisuales y el correo electrónico con periodistas.

En el caso de los objetos audiovisuales, estos se encuentran presentes en todas las notas del medio que usan galería de imágenes. Estos permiten avanzar y retroceder los agentes.

El elemento correo electrónico con periodistas permite a los usuarios poder contactarse con los periodistas.

Los ítems analizados anteriormente permiten determinar que no se utilizan ninguno de los tipos de interactividad clasificados tanto por Rost como por Salaverría. Si bien, el uso de comentarios, correo electrónico con editores(en el caso de *Correo-La Libertad*) así como el enviar por correo electrónico una noticia plantea una posible interactividad comunicacional como la señalada por Rost (2004) y Salaverría (2005b) esta no logra situarse dentro de este tipo debido a la falta de interacción entre el medio y los ciberlectores.

Esta situación se evidencia en el Test de Dinamismo (Salaverría, 2005a) y la evaluación de Medios Digitales en Línea de Luis Codina. En el primero, *Correo – La Libertad* obtuvo un puntaje de 3, y *La Industria de Trujillo*, 2, siendo el puntaje máximo en el test 5.

Según Salaverría, un ciberdiario de nivel 5, debe ser aquel medio cuya web permite la personalización de búsqueda y responda a las necesidades del usuario. En este caso, las características señaladas no se encuentran desarrolladas total o parcialmente en los diarios investigados como se evidenció líneas anteriores.

En el caso del método aplicado por Luis Codina, en el ítem de Interactividad, los dos cibermedios obtuvieron una calificación de cero. Este ítem evalúa la capacidad de

las webs de personalizarse acorde a cada usuario, por lo que, ninguna presenta esta capacidad.

Es necesario mencionar que a pesar de no mostrar otros elementos interactivos más que lo anteriormente mencionados, la web de *La Industria de Trujillo* presenta encuestas en su portal web así como cartas de lectores y noticias más interesantes como leídas. En el caso de las cartas de lectores, en este ciberdiario, en la parte inferior del portal se observan los correos de las áreas del medio.

En *Correo – La Libertad*, no se pudo apreciar estos elementos interactivos en su plataforma web. No obstante, es necesario precisar que estos sí se encuentran en la web central de *Correo*.

Sin embargo, a pesar de lo anteriormente mencionado, estos elementos interactivos no entraron dentro de la evaluación debido a que se encontraron solo en el portal y no en el contenido de las notas que son la unidad de estudio de esta investigación.

5.2.4. Periodística

La investigación realizada a las 157 notas publicadas durante los meses de Junio, Julio y Agosto a los diarios *La Industria de Trujillo* y *Correo - La Libertad* permitió determinar que predomina el titular informativo en las notas. El titular expresivo y el apelativo son usados con menor frecuencia de acuerdo al estudio.

En cuanto al tipo de lead, se identificó que el sumario predomina en un 36.11% en las notas de *Correo-La Libertad*; mientras que el 37.65%, en *La Industria de Trujillo*.

La utilización de este tipo de leads se debe a que la mayoría (96.82%) de las noticias evaluadas usan la estructura de la pirámide invertida y corresponden a las notas informativas.

Durante el análisis, determinó que predomina el uso de la pirámide invertida en el nivel básico y segundo nivel de acuerdo a la clasificación de Guillermo Franco

(2008). Para este autor, el segundo nivel divide el texto en subtemas que pueden ser presentados en la misma página o en otras.

En ese sentido, *Correo- La Libertad* es el diario que presenta el 55.56% (40) de noticias con la estructura de la pirámide invertida en segundo nivel. Para esto, el medio utiliza entre uno o dos subtítulos.

La predominación de dicha estructura respondería a que el contenido de la edición impresa, en su mayoría, es volcado al portal digital. Asimismo, dicha estructura es considerada por los estudiosos como la mejor para la redacción web porque permite al lector enterarse de los sucesos de forma rápida.

En *La Industria de Trujillo*, el 55.29% de notas usan la pirámide invertida en el nivel básico; mientras que, las demás utilizan esta estructura en el segundo nivel o en otros.

La predominancia del lead de sumario y la estructura de la pirámide invertida en ambos ciberdiarios se debería a la necesidad de informar de forma rápida y captar la atención del lector como indica Melvin Mencher citado por Franco.

Respecto al tipo de noticia, en ambos portales hay un mayor uso de las noticias de profundidad, las cuales contienen de 6 a 8 párrafos.

En *Correo-La Libertad*, el 47.22% de las notas tienen dicha extensión. En *La Industria de Trujillo*, el 42.35% es una noticia de profundidad seguida por las noticias breves con 41.18%.

El estudio también permitió determinar el uso de los datos tales como fecha, lugar, hora y autor de las notas analizadas.

Respecto a la fecha de publicación, el 100% de la muestra de los dos cibermedios analizados consigna este dato.

Sin embargo, ninguno de ellos registra la hora de publicación ni tampoco la hora que se actualizó el contenido de las plataformas. Pese a ello, ambos encargados de la web de los ciberdiarios mencionaron la existencia de noticias de último minuto, en las cuales se han colocado la fecha y hora de la actualización de la información. (ver Anexos 03 y 04)

En cuanto al lugar donde ocurrieron los hechos, solo una nota de *La Industria de Trujillo* no precisaba esta información, el resto de la muestra consigna este dato.

Asimismo, se determinó que en las notas principales del portal *La Industria de Trujillo* que tienen un carácter nacional se usa el nombre de la ciudad o provincia donde ocurrió el hecho. A su vez, en las notas principales internacionales (2.35%) el nombre del país es indicado como lugar.

Respecto a la autoría, *Correo - La Libertad*, es el único de los dos ciberdiarios en el cual todas sus notas presentan esta información brindando no solo el nombre del responsable del contenido, si no también consignando el correo del área o redactor responsable. Lo contrario sucede en el caso de *La Industria de Trujillo*, que solo dos de sus notas brindan el autor.

En cuanto a la presencia de leyenda y autor de los agentes multimedia usados en los ciberdiarios, se determinó que en ninguna de las fotos de *Correo – La Libertad* se presenta una leyenda, lo cual no ocurre en el caso de *La Industria de Trujillo*, en el cual 77(90.59%) notas presentan esta información.

De forma similar a la leyenda, la presencia de la autoría en *Correo – La Libertad* es baja comparada a *La Industria de Trujillo*. En el caso del primero, solo 24(33.33%) notas presentan dicho dato, mientras que en *La Industria de Trujillo* 66(77.65%) notas lo hacen. Respecto a esto, en el caso de *Correo- La Libertad*, la mayoría de las notas que presentan esta información indican a EPENSA como autor.

Finalmente, la característica de la actualización no fue incluida en la evaluación de la muestra porque solo se realizó la captura de cada nota por día. Sin embargo, se pudo determinar que la web *Correo- La Libertad* no es actualizada en un mismo horario, dando como resultado que la nota principal de un día se repita al día siguiente.

Esto, se debería a la falta de un equipo encargado de la web del diario, como se pudo conocer en la entrevista al encargado del área.

CONCLUSIONES

- Las notas de los cibermedios *La Industria de Trujillo* y *Correo- La Libertad* han desarrollado parcialmente las características de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. En la evaluación se determinó que el uso del hipertexto en el 78.82 % de las notas es nulo. Además solo se utiliza un agente multimedia representado por las imágenes de referencia. En cuanto a la interactividad solo se permite enviar por correo electrónico, comentar las notas y compartirlas en redes sociales.
 - Solo 18 (21.18%) notas publicadas en la web de *La Industria de Trujillo* cumplen con las tres características al usar enlaces internodales, los cuales dirigen al usuario hacia un archivo de PDF conteniendo una nota de la versión impresa del diario.
 - Los elementos periodísticos que conforman las notas de los cibermedios son: el titular informativo, el lead de tipo sumario, el texto, el cual es estructurado siguiendo los parámetros de la pirámide invertida en el segundo nivel, según Guillermo Franco. Asimismo, ambas webs consideran el uso de la fecha de publicación en las noticias pero no consignan la hora que fueron publicadas y/o actualizadas.
 - Además, está presente el uso de la imagen de referencia como agente multimedia. Sin embargo, en casi el 50% no se considera el uso de leyendas y en menor medida al autor de estos elementos.
- En la mayoría de las notas evaluadas no existe una redacción autónoma propia de la web. Estas son 'volcadas' de la edición impresa al soporte digital. Esto queda evidenciado en la extensión de las publicaciones que oscilan entre 6 a 8 párrafos, el uso de la pirámide invertida así como el lead sumario. Además del uso de los grafismos (infografías, diagramas, etc) elaborados para el periódico y los archivos de la edición impresa colgados en el formato de PDF.
- La actualización de la web *Correo-La Libertad* es deficiente por lo que no cuentan con un equipo especializado para el área digital. En tanto, el portal de *La Industria*

de Trujillo no tiene un especialista que solucione los problemas técnicos en el cibermedio.

RECOMENDACIONES

- ✓ Crear un área de redacción web en *Correo – La Libertad* con periodistas capacitados en el ciberperiodismo que mantengan la relación con la edición impresa.
- ✓ Incentivar a los periodistas del portal *La Industria de Trujillo* en el mayor uso y creación de otros agentes multimedia (videos, audios, infografías) con la finalidad de complementar la información publicada en la web. Por ejemplo, los agentes multimedia producidos por los periodistas será considerado su crédito en el material y se enlazará con sus cuentas de redes sociales.
- ✓ Capacitar al personal responsable de la edición digital de *La Industria de Trujillo* en cuanto al uso de la hipertextualidad y la redacción web.
- ✓ Disponer que los periodistas de la web de *La Industria de Trujillo* trabajen en conjunto con el diseñador para la creación de infografías para la edición digital. Además, coordinar con el encargado del diseño para la publicación de las infografías de la versión impresa en el portal.
- ✓ Crear estrategias para que el usuario interactúe en los ciberdiarios. Por ejemplo, se pueden realizar encuestas dentro de las notas o promover el envío de fotografías como denuncias ciudadanas y la recopilación de imágenes en días festivos.
- ✓ Capacitar a los periodistas encargados de *Correo – La Libertad* en el uso de leyendas informativas y crédito de las fotografías.
- ✓ Implementar en ambos portales la hora de publicación y actualización de las notas.
- ✓ Contratar a un especialista en páginas web a fin de evitar que el portal *La Industria de Trujillo* quede inactivo como ocurrió durante la investigación.
- ✓ Elaborar un manual de estilo para el área digital de ambos ciberdiarios a fin de que los nuevos redactores conozcan los parámetros a tomar en cuenta en la redacción y el uso de agentes multimedias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

Agencia EFE. (2011). *Libro del estilo urgente*. España: CAYFOSA-Impresia Ibérica.

Camus Gajardo, J. (2009). *Tienes 5 segundos*. [en línea] Recuperado el 06 de julio del 2013, de <http://tienes5segundos.cl/libro/#bajar>

Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. [en línea] Recuperado el 04 de julio del 2013 de <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/49>

Díaz Noci, J.; Salaverría Aliaga, R. (2003) *Manual de redacción ciberperiodística*. España: Editorial Ariel S.A

Díaz Nosty, B. (2007). *El nuevo continente virtual*. En Fundación Telefónica (Eds). *Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano* (pp.13-88). España: Editorial Ariel

Díaz Nosty, B. (2007). *El nuevo continente virtual*. En Fundación Telefónica (Eds). *Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano* (pp.13-88). España: Editorial Ariel

Franco, G. (2008). *Cómo escribir para la web*. [En línea] Recuperado el 20 de junio del 2013, de <https://knightcenter.utexas.edu/ebook/how-write-web>

Fundéu BBVA. (2012). *Escribir en Internet. Guía para los nuevos Medios y las redes sociales*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

López Carreño, S. (2003). *Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes.* Tesis de Doctorado. UM, Murcia, España.

Parra Valcarce, D. y Álvarez Marcos J. (2004). *Ciberperiodismo.* Madrid, España: EDITORIAL SÍNTESIS S.A.

Salaverría, R. (2005a). *Cibermedios. El impacto del internet en los medios de comunicación en España.* (1° ed.). España., Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Salaverría, R. (2005b). *Redacción periodística en Internet.* España: Ediciones Universidad de Navarra.

Yezers´ka, L. (2008). *Ciberperiodismo en el Perú.* Lima, Perú: EDITORIAL SAN MARCOS E.I.R.L.

ARTÍCULO EN INTERNET

Agarwal, A. (2012). *How to create web content that works.* [En línea]
Recuperado el jueves 22 de mayo de 2014, de
<http://www.labnol.org/internet/create-good-web-content/21101/>

Bianchini,A.(2000) *Concepto y definiciones de hipertexto.* [en línea]
Recuperado el 15 de mayo de 2013 de <http://ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.html>

Cabrera, M.A (2000) *Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de la comunicación multimedia.* [En línea]
Recuperado el 01 de mayo de 2014.
http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periol/PERIOD_i/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-04-01.htm

Díaz Noci, J.; Palacios, M. (2007) *Ciberperiodismo: Métodos de investigación.*

Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. [En línea]

Recuperado el 02 de mayo de 2014.

[http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/libros_gratuitos_en_pdf/Ciencias Sociales/Ciberperiodismo%20%20Metodos%20de%20investigacion.pdf](http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/libros_gratuitos_en_pdf/Ciencias_Sociales/Ciberperiodismo%20%20Metodos%20de%20investigacion.pdf)

EduTEKA (2003) *Hipertexto: Qué es y cómo utilizarlo para escribir en los medios electrónicos.* [En línea]

Recuperado el 15 de mayo de 2013 de

<http://www.eduteka.org/Hipertexto1.php>

Echevarría, J. (1998). *Internet y el periodismo electrónico.* [En línea]

Recuperado el 06 de enero del 2014. <http://www.saladeprensa.org/art08.htm>

Fundación Telefónica. (2007) *Medios de comunicación. El escenario Iberoamericano.* [En línea]

Recuperado el 05 de mayo de 2014 de

http://www.infoamerica.org/primerana/anuario_medios.pdf.

González, C. (2003). *Arquitectura de la información: diseño e implementación.*

[en línea] Recuperado el 01 de enero del 2014 de:

<http://eprints.rclis.org/8471/1/Arquitectura.pdf>

La Industria.pe (2011) *Nos reinventamos: Sentimos la noticia como tú.* [en línea]

Recuperado el 05 de mayo de 2014 de

<http://www.laindustria.com/trujillo/local/nos-reinventamos-sentimos-la-noticia-como-tu>

Laindustria.pe (2014) *Vídeo: Un reportaje a los 'Héroes de Rojo'* [en línea]

Recuperado el 05 de mayo de 2014 de <http://laindustria.com/trujillo/local/video-un-reportaje-los-039heroes-de-rojo039>

La Voz (2007) *Normas de estilo de La Voz. com. ar y Cordoba.net* [en línea]

Recuperado el 18 de octubre de 2013 de

<http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/manual.pdf>

Manual de Estilo de El País. (1997). *Manual de Estilo de 'El País' de España.* [En línea] Recuperado el 05 de mayo de 2014 de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://alerce.pntic.mec.es/pong0000/bitacorras/manualestilo.doc>

Manual de Estilo del diario Hoy. (2009). *Manual de Estilo del diario Hoy.* [En línea] Recuperado el 05 de mayo de 2014 de <http://www.hoy.com.ec/descargas/manualdeestilo.pdf>

Noya Contramastre, V. (2012). *Manual de estilo de redacción web para El Sol de Margarita.* Tesis de Especialidad. Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

Pinto Lobo, M. (2001). *Periodismo alfabético y alfanúmerico, una relación de simbiosis digital.* [en línea] Recuperado el 30 de marzo del 2014 de: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-06.htm

Pontificia Universidad Javeriana. (s.f) *Estructuras del hipertexto. Introducción al diseño digital.* [en línea] Recuperado el 16 de mayo de 2013 http://www.javeriana.edu.co/relato_digital/r_digital/taller/introdis/cap01-estructuras.htm

Real Academia Española (2001) *Multimedia.* [en línea] Recuperado el 26 de mayo de 2013 de <http://lema.rae.es/drae/?val=multimedia>

Salaverría, R. (2012) *Definir el estilo de los medios digitales.* [en línea] Recuperado el 26 de mayo de 2013 de <http://blogs.unir.net/comunicando-ramon-salaverria/110-definir-el-estilo-de-los-medios-digitales>

Salaverría, R. y Cores, R. (2005) *Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos.* [en línea] Recuperado el 10 de abril de 2014 de

http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf

Salaverría, R y Sancho F. *Del papel a la web: evolución y claves del diseño periodístico en internet.* [en línea] Recuperado el 01 de enero del 2014 de: http://www.academia.edu/671129/Del_papel_a_la_Web._Evolucion_y_claves_de_l_diseño_periodistico_en_internet

Semana económica (2013) *Epena y el grupo El Comercio se asocian en un negocio de impresión y comercialización* [en línea] Recuperado el 05 de mayo de 2014 de <http://semanaeconomica.com/article/servicios/122607-epena-y-el-grupo-el-comercio-se-asocian-en-un-negocio-de-impresion-y-comercializacion/>

Serrano, A. (2010) *Diseño de nodos iniciales en cibermedios: un estudio comparativo.* [En línea] Recuperado el 15 de abril de 2014. http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/tesis/Ciencias_Sociales/Diseno%20de%20nodos%20iniciales%20en%20cibermedios%20un%20estudio%20comparativo.PDF

The New Media Reader (s.f). *Ted Nelson. A File structure for the complex, the changing and the Indeterminate.* [En línea] Recuperado el 15 de mayo de 2013 de http://manovich.net/vis242_winter_2006/New%20Media%20Reader%20all/11-nelson65-03.pdf

Unión Internacional de Telecomunicaciones. (2013). *Medición de la Sociedad de la Información. Resumen Ejecutivo* [En línea] Recuperado el 05 de mayo de 2014 de http://www.utel.com.uy/wps/wcm/connect/81efd5804162548999f499620306cc2c/MIS2013-exec-sum_S.pdf?MOD=AJPERES

Yezers´ka, L. (2012) *Gestión de recursos interactivos en los ciberdiarios peruanos*. Encuentro latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. [en línea] Recuperado el 21 de diciembre del 2013. http://beta.udep.edu.pe/hoy/files/2012/10/felafacs_ponencia.pdf

Yuste, B.; Sandoval, M.T.; Franco, G. (2006). *Uso de fotografía y la infografía en los periódicos digitales*. [En línea] Recuperado el 01 de mayo de 2014. <http://es.scribd.com/doc/109136152/Uso-de-Fotografia-en-Periodicos-Digitales>

Zeta de Pozo, R. (2002) *Opciones interactivas en el periodismo digital peruano*. [En línea] Recuperado el 05 de mayo de 2014 de <http://www.saladeprensa.org/art404.htm>

TESIS

Ménendez Cattarini, F. (2011). *Características ciberperiodísticas que presentan las notas principales de las versiones electrónicas de los diarios El Comercio y La República*. Tesis de Licenciatura. UPN, Trujillo, Perú.

Pérez Marco, S. (2003). *El concepto de hipertexto en el periodismo digital: Análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles*. Tesis de Doctorado. UCM, Madrid, España.

Pichihua, S. (2012). *Producción de noticias en las redacciones digitales de Perú.21 y Depor*. Tesis de Licenciatura. PUCP, Lima, Perú.

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis de doctorado. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España.

Salmón Salazar, G.V. (2009). *Del papel a la red: La configuración del lenguaje ciberperiodístico, desarrollo y tendencias de la prensa digital peruana. Análisis*

de los casos: El Comercio, RPP y la Agencia de Noticias Andina. Tesis de Licenciatura. PUCP, Lima, Perú.

Sánchez Rodríguez, L. (2007). *Evolución del periodismo digital peruano: análisis de los casos: rpp.com, elcomerciooperu.com, panamericana.com y terra.com.* Tesis de licenciatura. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.

Tejedor Calvo, S. (2006). *La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España.* Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España.

ANEXOS

I.1. Anexo 01

Captura de pantallas del diario Le Monde, del pasado 12 de mayo. En estas imágenes se demuestra los elementos del hipertexto.

drapeaux républicains et d'autres portaient le t-shirt vert symbolisant les mobilisations dans le secteur de l'éducation, durement frappé, comme la santé, par les coupes budgétaires.

Nodo 1

Lire (édition abonnés) : [En Espagne, la tentation de la "violence" pointée chez certains manifestants](#)

Anclaje

PERTE DE VISIBILITÉ

Des manifestations avaient été convoquées dans une trentaine de villes, dont Barcelone, en Catalogne. Le mouvement, spontané et apolitique, témoignant du ras-le-bol face au chômage, à la corruption et aux excès du libéralisme, avait il y a deux ans surpris un pays où, malgré la crise, le mécontentement s'était jusque là

Nodo 2

INTERNATIONAL POLITIQUE SOCIÉTÉ ÉCO CULTURE IDÉES PLANÈTE SPORT SCIENCES TECHNO

M International

INTERNATIONAL Mali Syrie Corée du Nord Iran Planète Union européenne Afrique Amériques

ÉDITION ABONNÉS **En Espagne, la tentation de la "violence" pointée chez certains manifestants**

LE MONDE | 26.04.2013 à 09h58 • Mis à jour le 26.04.2013 à 14h55

Par Sandrine Morel → Anclaje(Autora de la nota)

Abonnez-vous à partir de 4 € Réagir ★ Classer Imprimer Envoyer Partager f t+ in

Recommander Envoyer 42 personnes recommandent ça. Soyez le premier parmi vos amis.

I.2. Anexo 02

Recolección de información

Entrevista tipo cuestionario para los responsables de las plataformas digitales de *La Industria de Trujillo* y *Correo-La Libertad*.

CUESTIONARIO SOBRE EL MANEJO DE LAS CARACTERÍSTICAS CIBERPERIODÍSTICAS EN LA WEB DEL DIARIO CORREO-LA LIBERTAD

Nombre:

Cargo:

Tiempo en el cargo:

Edad:

Responda a las siguientes preguntas:

1. Para usted, ¿qué es el ciberperiodismo?
2. ¿En qué consiste el trabajo de *La Industria de Trujillo* o *Correo-La Libertad*?
3. ¿Con cuánto personal cuentan en el área?, ¿cuáles son sus funciones?
4. ¿Cómo es el proceso de la redacción de notas para la edición digital?
5. ¿Existe un proceso de convergencia con la edición impresa?
6. ¿Cómo es la cobertura de noticias de último minuto?
7. ¿Cuáles son las herramientas tecnológicas con las que cuentan?
8. ¿Usan recursos multimedia?, ¿cuáles son?, ¿por qué?
9. ¿Cómo se da la comunicación con los usuarios en la web?
10. ¿Cuál es su percepción del desarrollo del ciberperiodismo de las web trujillanas?
11. ¿Cuáles son los principales que se cometen?, ¿cómo se puede mejorar?

I.3. Anexo 03

Recolección de información

Cuestionario al responsable web diario *La Industria de Trujillo* sobre el manejo de las características ciberperiodísticas.

Nombre: Luis Jackov Camino Gutierrez

Cargo: Editor Web **Tiempo en el cargo:** 1 año **Edad:** 24 años

Responda a las siguientes preguntas:

1. Para usted, ¿qué es el ciberperiodismo?

Ciberperiodismo o periodismo digital es una especialidad del periodismo que usa el internet para la producción de contenidos periodísticos, interacción con su público y desarrollo de estrategias comunicativas que rozan la inmediatez.

2. ¿Cuáles son las funciones que realiza Ud. en el portal del medio?

Entre las principales funciones, es el desarrollo de notas periodísticas para *laindustria.pe*, el posicionamiento de la misma (SEO), manejo de contenidos dentro de la plataforma web, elaboración de proyectos para la Social Media, evaluación de la reputación de la marca y su respectiva valoración por parte de nuestras comunidades en las cuentas de Facebook y Twitter.

3. ¿Con cuánto personal cuentan en el área?, ¿cómo es la división de las funciones de cada redactor?

Actualmente cuento con tres (03) redactores web quienes se encargan de la búsqueda de contenido vinculado a nuestra región y el país, con un mayor peso en el primero.

4. ¿Los redactores del área realizan funciones de reportería? ¿En qué circunstancias?

Sí, los reporteros realizan funciones de reportería para dos tipos de circunstancias. Primero para la realización de notas propias para la página web y la segunda para eventos de último que tengan una importancia única para toda la región como es el caso del último accidente del bus Horna, la inauguración de los Juegos Bolivarianos, etc.

5. ¿Cree que la plataforma actual de la página web brinda las facilidades necesarias para publicar las noticias? ¿Cree que podría mejorar?

Usamos tecnología drupal para la actualización de notas por lo que no hay ningún problema en ello. Podría mejor si se desarrolla una plataforma de actualización de noticias para móviles, con lo cual se podría actualizar usando un sistema Android o iOS.

Respecto a la producción de las notas informativas

6. ¿Existe una cantidad mínima de notas que deban publicarse diariamente en la página web?

Sí, la cantidad mínimas de notas es de 15 por cada redactor.

7. ¿Cómo es el proceso de la redacción de notas para la edición digital del periódico?

El proceso difiere mucho de acuerdo a la procedencia de ésta. Si es de último minuto y hay un redactor en la escena de los hechos, se tiene una comunicación constante, se desarrolla una nota pequeña de dos o tres párrafos una imagen referencial por el momento y se sube. Si es una nota de cable o agencia, se toman las medidas correctivas correspondientes así como una edición más acuciosa para que el contenido no sobrepase los 5 párrafos. Si es una nota local con licencia de tiempo, el proceso es más sencillo, sólo se tiene que ingresar al CMS y el resto es parte de un proceso dentro del panel de administrador de la página web.

8. ¿Existe un proceso de convergencia con la edición impresa (sobre la publicación de notas tanto en la edición diaria como aquellas que son exclusivas)?

Por el momento tratamos de la convergencia sea más interactiva, buscamos un mayor complemento con los redactores de la edición impresa para una información más en tiempo real sin afectar la edición del día siguiente. Por el momento, el desarrollo es un poco más pausado en el que conlleva una actualización de las notas más importantes que tenga la edición impresa. En el caso de sus suplementos tenemos una cuenta en Issu en el que adjuntamos las ediciones y las subimos dos días después de sus fechas de publicación.

9. ¿Recibe indicaciones del editor del diario impreso sobre qué tipo de notas deben ser publicadas en la versión digital?

Más que indicaciones son coordinaciones, sugerencias que pueden ser tomadas de acuerdo a la coyuntura de los hechos.

10. ¿Cómo es la cobertura de noticias de último minuto? ¿Se realizan las actualizaciones de las notas que son lanzadas en ampliación en breve? ¿Cuánto tiempo aproximadamente se demoran?

En el caso de un evento de último minuto, generalmente uno de los redactores va a la escena de los hechos y mantiene una comunicación constante con la otra persona que se encuentre en el área para la actualización de información. La ampliación en breve debe tener un plazo máximo de 10 minutos aprox. La importancia de la imagen es un poco más difícil debido a la escasez de smartphones con acceso a internet con los cuales podríamos trabajar.

11. ¿Cómo jerarquizan la ubicación de las notas periodísticas? o ¿Qué criterios toman en cuenta para seleccionar la(s) nota(s) que van en la sección principal?

Los criterios son simples, las notas que van en la sección principal tienen que ver con una coyuntura local y regional, por el momento, como el tema constante son los Juegos Bolivarianos, mantenemos los televisores (sección más importante) con información vinculado a esa coyuntura.

11. ¿Existe un horario para realizar la actualización de la plataforma digital?

Los horarios de los redactores van desde las 8 de la mañana hasta las 8:30 – 9 de la noche en ese lapso de tiempo se tiene que actualizar la página web.

**12. ¿Cuáles son las herramientas tecnológicas con las que cuenta el portal?
Ejemplo: cámaras fotográficas y de vídeo, grabadora de voz**

Poseemos una cámara fotográfica y el uso de un Smartphone por el momento.

13. ¿Cómo se maneja el uso de recursos multimedia como fotografías, vídeos, infografías, audios, etc? ¿Con qué criterio se eligen los formatos?

En el caso de fotografías, mantenemos una constante comunicación con el editor gráfico para el pase de imágenes, en el caso de videos manejamos una cuenta en Youtube donde subimos los videos más importantes. En el caso de infografías más se vincula con las realizadas por la edición impresa.

14. ¿Cómo se procesa el contenido obtenido de otros medios de comunicación (radio, TV o competencia)?

Considerando las normas de ética y derechos de propiedad, en el mejor de los casos buscamos una fuente más para profundizar en los hechos, pero en una primera instancia se maneja el contenido mencionando regularmente al medio que lanzó la noticia.

15. ¿Se publican noticias que han sido difundidas en blogs u otras webs no necesariamente periodísticas? ¿qué criterios se siguen antes de hacerlo?

Usualmente ese tipo de noticias se vinculan más a la sección “curiosidades” para ello debemos verificar si la información es verídica y con una cuestión de importancia para nuestros lectores.

I.4. Anexo 04

Recolección de información

Cuestionario al responsable web diario *La Industria de Trujillo* sobre el manejo de las características ciberperiodísticas.

Nombre: Fernando Fernández Tueros

Cargo: Jefe de informaciones del diario Correo-La Libertad

Tiempo en el cargo: 01/2012-actualidad **Edad:** 29 años

Actualmente es el editor web de Correo Norte (Tumbes, Piura, Chiclayo, Trujillo y Chimbote). Sin embargo, asumió estas funciones por algunos periodos. Durante enero del 2012 fue encargado otra persona y luego lo retomó en octubre de este año.

Responda a las siguientes preguntas:

1. Para usted, ¿qué es el ciberperiodismo?

Es un término nuevo. Nunca lo he escuchado.

2. ¿Cuáles son las funciones que realiza Ud. en el portal del medio?

Básicamente me encargó de subir las notas de la edición impresa como las abridoras y notas secundarias del diario a la web. También se colocan las noticias de los acontecimientos del día. Para esto, se le llama a los redactores de la edición impresa durante la mañana para conocer qué notas tienen e ir actualizándola. Esto último, es una práctica que se realiza con mayor frecuencia desde octubre.

3. ¿Con cuánto personal cuentan en el área?, ¿cómo es la división de las funciones de cada redactor?

No contamos con personal exclusivamente para el área.

4. ¿Los redactores del área realizan funciones de reportería? ¿En qué circunstancias? No aplica está pregunta.

5. ¿Cree que la plataforma actual de la página web brinda las facilidades necesarias para publicar las noticias? ¿Cree que podría mejorar?

Es fácil de utilizar y es mucho más rápido. Sin embargo, en lo que se refiere a la hipertextualidad, el sistema Millenium no nos permite realizar estas acciones como si lo tienen las webs de los diarios El Comercio y La República, entre otros.

Respecto a la producción de las notas informativas

6. ¿Existe una cantidad mínima de notas que deban publicarse diariamente en la página web?

Desde el 2012, se pedía subir a diario entre 18 a 20 notas, en ellas están incluidas las notas impresas.

Ahora, desde octubre, se ha cambiado la forma de trabajo y actualmente, soy el responsable de gestionar el contenido en la web de Correo Norte, que abarca cinco ciudades. Esto se dio principalmente, porque los otros encargados de las páginas eran redactores que a su vez, cumplían la función de editores web entonces ellos debían hacer notas para la edición impresa. Actualmente, estamos subiendo 30 notas en total, es decir, seis notas informativas para cada ciudad.

7. ¿Cómo es el proceso de la redacción de notas para la edición digital del periódico?

Bueno, en las mañanas se sube la mayoría de las notas, como ya explique, se colocan las notas importantes que salieron en la edición impresa. Esto suele ocurrir durante las primeras horas. Además, durante el día, se llama a los redactores para conocer que información tienen y poder colocarla en la web. Luego en la tarde, a partir de las 06:00 p.m. se suben las restantes notas que ocurren en la tarde. Esto se da hasta las 9:00 p.m. Sin embargo, la web tiene un tipo de tiempo muerto a partir de las 03:00 p.m. debido a que me encargo de realizar la página internacional y revisar las páginas de deportes.

8. ¿Existe un proceso de convergencia con la edición impresa sobre la publicación de notas tanto en la edición diaria como aquellas que son exclusivas?

Hemos registrado casos de que hay notas exclusivas de nosotros y dependiendo de la importancia decidimos si se publica alguna información en la web o no. Pero hemos tenido casos en que hemos informado de forma general y no hemos profundizado. Esto a fin de guardar lo más importante para la edición digital.

9. ¿Recibe indicaciones del editor del diario impreso sobre qué tipo de notas deben ser publicadas en la versión digital?

Sí coordinamos cuando el editor tiene una información y se analiza si debe ser colocada o no en la web, como ya te lo mencione.

10. ¿Cómo es la cobertura de noticias de último minuto? ¿Se realizan las actualizaciones de las notas que son lanzadas en ampliación en breve? ¿Cuánto tiempo aproximadamente se demoran?

Hemos tenido oportunidades para utilizar el ampliaremos en breve. Usualmente es muy raro debido a que el proceso de elaboración, redacción y publicación de una nota es de 20 minutos. Es decir, mientras realizamos la llamada a los redactores, nos brindan los datos y luego la redactamos, tenemos lista la noticia en 20 minutos. Para esto colocamos fotos referenciales porque en ese momento no las tenemos. Las notas son cortas, principalmente son compuestas de 2 a 4 párrafos.

11. ¿Cómo jerarquizan la ubicación de las notas periodísticas? o ¿Qué criterios toman en cuenta para seleccionar la(s) nota(s) que van en la sección principal?

Usualmente la nota principal es la nota abridora del diario. Mayormente se da este caso. En algunas ocasiones, se coloca otra información debido a la importancia que tiene durante el día. Como por ejemplo: la captura de la Gringasha, entre otros.

12. ¿Existe un horario para realizar la actualización de la plataforma digital?

Como te explique hace un momento, iniciamos a subir las notas de la edición impresa a partir de las 09:00 a.m. o antes y luego durante el día. Pero no hay un horario específico.

13. ¿Cuáles son las herramientas tecnológicas con las que cuenta el portal? Ejemplo: cámaras fotográficas y de vídeo, grabadora de voz

Usamos las cámaras fotográficas del área de fotografía. Ellos nos alcanzan las fotos para subir las noticias.

14. ¿Cómo se maneja el uso de recursos multimedia como fotografías, vídeos, infografías, audios, etc? ¿Con qué criterio se eligen los formatos?

Utilizamos galerías fotográficas y vídeos. Esto último recién se ha iniciado en octubre por disposición de Lima. Según la disposición, al día debe subirse un vídeo como mínimo. Este vídeo debe ser corto de uno a dos minutos. También contamos con galerías fotográficas que acompaña el texto. Realmente, no tenemos un criterio para elegir los formatos. En ambos casos depende mucho de los reporteros gráficos y sus iniciativas que tienen para poder realizar los vídeos y las fotos.

15. ¿Cómo se procesa el contenido obtenido de otros medios de comunicación (radio, TV o competencia)?

Procesamos la nota, es decir, la ‘volteamos’ la nota en caso no la tengamos. No podemos tenerla igual pero siempre se le pone la fuente al final.

16. ¿Se publican noticias que han sido difundidas en blogs u otras webs no necesariamente periodísticas? ¿Qué criterios se siguen antes de hacerlo?

No se ha presentado la oportunidad. Pero en Facebook, por ejemplo había una denuncia en contra de unos serenos que han abusado de un comerciante para desalojarlo de la vía pública. En este caso, se le hizo un seguimiento de las fotografías que circulaban en la red social y luego, se publicó la noticia en el impreso.

I.5. Anexo 05

De procesamiento de información

Ficha de observación elaborada por las autoras de esta investigación con la finalidad de registrar las notas evaluadas.

Nombre del diario.	
Nota principal. Enlace Hora de la captura:	
Texto:	
Multimedia:	
Hipertexto:	
Interactividad:	

I.6. Anexo 06

De procesamiento de información

Evaluación de los cybermedios aplicando la ficha de análisis elaborada por Luis Codina (2006).

Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea – Lluís Codina

Plantillas de análisis

A. Identificación del medio

Título y URL	
Tema(s) y objetivos del recurso	
Público Destinatario	
Fuente (Autor, Editorial)	
Fecha	

B. Análisis del medio

Parámetro	Indicador / Observaciones		Puntos
	Indicadores	Observaciones	
1. Autoría/Fuente	1.1. Autoría		
	1.2. Adecuación		
	1.3. Comunicación		
2. Contenido	2.1. Tema/Público/Objetivos		
	2.2. Interés Intrínseco		
	2.3. Originalidad/Oportunidad		
	2.4. Política editorial		
	2.5. Cantidad		
	2.6. Rigor		
	2.7. Edición		

	2.8. Actualización		
	2.9.Contenidos multimedia		
	2.10.Contenidos interactivos		
	2.11.Archivo/Hemeroteca		
3. Acceso a la Información	3.1.Sumario		
	3.2.Expresividad		
	3.3. Identificación		
	3.4. Recorrido secuencial		
	3.5. Navegación estructural		
	3.6. Orientación		
	3.7. Jerarquización		
	3.8. Sumarios locales		
	3.9. Índices		
	3.10. Navegación semántica		

	3.11. Etiquetas		
	3.12. Búsqueda simple		
	3.13. Búsqueda avanzada		
	3.14. Lenguaje documental		
4. Ergonomía	4.1. Facilidad		
	4.2. Flexibilidad		
	4.3. Claridad		
	4.4. Legibilidad		
	4.5. Multimedia		
	4.6. Velocidad		
5. Luminosidad	5.1. Enlaces		
	5.2. Anclajes		
	5.3. Información		
	5.4. Oportunidad		
	5.5. Calidad		
	5.6. Actualización		

	5.7. Tratamiento		
6. Ubicuidad	6.1. Título		
	6.2. Transparencia		
	6.3. Meta información		
	6.4. Dublin Core		
	6.5. Popularidad		
III. Usabilidad			
7. Procesos	7.1. Visión de estado		
	7.2. Convenciones		
8. Errores	8.1. Deshacer acciones		
	8.2. Mensajes		
	8.3. Consecuencias		
9. Adaptación	9.1. Adaptación		
	9.2. Redundancia		
	9.3. Acceso		
	9.4. Política		
Puntuación global:			

(puntuación total/número de parámetros)			
Evaluación realizada por:			

C. Conclusiones de la evaluación de *Correo- La Libertad*

Análisis	1. Señalar puntos fuertes: 2. Señalar puntos débiles:
Recomendaciones	
Valoración global	
Fecha evaluación	
Evaluadores	

I.7. Anexo 07

De procesamiento de información

Test de dinamismo elaborado por Salaverría (2005a) para determinar el dinamismo de los cibermedios a través de las características de hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización.

Test de dinamismo					
Medio:					
Investigador:					
Características ciberperiodísticas					
Hipertextualidad	1	2	3	4	5
Multimedialidad	1	2	3	4	5
Interactividad	1	2	3	4	5
Actualización	1	2	3	4	5
Puntaje total:					
Nivel de cibermedio:	1	2	3	4	5

I.8. Anexo 08

Entrevista- Mayo del 2014

Nombre: Fernando Fernández Tueros

Cargo: Jefe de informaciones del diario Correo-La Libertad

Tiempo en el cargo: 01/2012-actualidad **Edad:** 29 años

Actualmente es el editor web de Correo Norte (Tumbes, Piura, Chiclayo, Trujillo y Chimbote). Sin embargo, asumió estas funciones por algunos periodos. Durante enero del 2012 fue encargado otra persona y luego lo retomó en octubre de este año.

Responda a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuándo se inició la edición regional de *Correo-La Libertad*?

Se inició el 19 de febrero del 2004. Acabamos de cumplir 10 años.

2. ¿Cuál es el público del portal *Correo-La Libertad*?

Es el mismo público lector que sigue la edición diaria y a veces no tiene tiempo para comprar la edición impresa. En el portal, contamos con la edición impresa de Correo, lo cual es una fortaleza de la página porque te permite leer todas las notas. También contamos con un público que no compra correo pero desea informarse, así como entra a nuestro portal también lo hace a otras páginas.

3. ¿Y cuál es el público de la edición impresa?

Cuando inicia el diario, había un ambiente bien convulsionado. Se dio la toma de la Universidad Nacional de Trujillo por parte de los estudiantes, quienes ante los actos de corrupción decidieron tomar la universidad por varios meses. Es ahí como Correo nace con una edición que da importancia a los temas políticos. En los últimos años ha ido combinando temas políticos con los policiales. También hay notas locales. El público objetivo son jóvenes desde los 19 años para adelante. Son de nivel socioeconómico C y D aunque también hay A y B.

4. ¿Se han implementado nuevas directivas respecto a la labor en el área digital?

Estamos considerando subir notas de gastronomía respecto a la elaboración de platos típicos. Esto se está dando importancia a nivel nacional. Bueno, he propuesto, además, que se aborden temas de turismo sobre cómo llegar a los destinos turísticos.

Hay una página que está saliendo los miércoles sobre gastronomía en las ediciones a nivel nacional pero con el plato de *c/ciudad*. También, incluimos, los restaurantes. Esta es una nueva disposición desde hace dos meses.

I.9. Anexo 09

Entrevista- Mayo del 2014

Nombre: Luis Jackov Camino Gutierrez

Cargo: Editor Web **Tiempo en el cargo:** 1 año **Edad:** 24 años

Responda a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el público objetivo de la web *La Industria de Trujillo*?

Según Google Adwords, el público que más accede al portal son los que tienen 18 a 25 años, 27 a 35 años y 37 a más. Los índices más altos son de 22 a 23 años. De acuerdo a la procedencia son urbanizaciones de Víctor Larco como California. Además de Huanchaco y Moche, por lo que, serían personas de los sectores B. También con visitas de pobladores de Chimbote.

2. ¿Se han realizado cambios en el portal?

Cuando realizamos la cobertura de eventos importantes como el Festival de la Primavera se decidió modificar 'los televisores'. Actualmente se cuentan con seis pero se decidió cambiarlo por hacerlo más grande, más visual. De igual forma esperamos hacerlo para el Mundial.

En cuanto al contenido, estamos desarrollando vídeos desde hace un mes. Hemos iniciado con un reportaje en la página y se va a seguir manteniendo cada mes. Esto se da por el crecimiento de la web. Nosotros estamos enfocando nuestros vídeos a que tengan una duración de 4 a 6 minutos máximo. La idea es que sean cortos y tengan bastante contenidos. Usamos las cámaras de los fotógrafos o, en algunas ocasiones, nosotros mismos lo grabamos de celulares o con una cámara.

Otro cambio es que, actualmente, los periodistas de la edición impresa nos pasan dos o tres párrafos de las notas que realizan y esto sirve para retroalimentar la página web. Esto ha iniciado desde hace dos meses. Esto ha permitido el desarrollo de más contenido y por ende, hay mayor dinamismo en la página.

3. ¿Cuántas personas son en el área?

Actualmente somos cuatro (editor y tres redactores). Cuando realizamos reportajes se considera a dos personas más. Ellos son periodistas de la edición impresa, quienes se encargan de realizar el contacto y proponernos los temas. En junio, julio y agosto, éramos tres y eso nos complicaba porque nos designaban labores para cubrir algunas notas de la edición impresa.

4. ¿Antes de ello, se realizó otros trabajos en conjunto con la edición impresa?

En algunas ocasiones se acompañaba al reportero en notas de la edición impresa para contar con los materiales de la web. Si es una nota del último minuto y de importancia se realiza una cobertura diferente.

5. ¿Por qué se realizó el cambio del link?

Se realizó el cambio de la dirección del ".com" al ".pe" por un tema técnico debido a que el servidor que se contaba no tenía la suficiente capacidad para soportar las visitas simultáneas que se realizaba. Por eso se optó por el cambio de servidor y por ende de dirección.

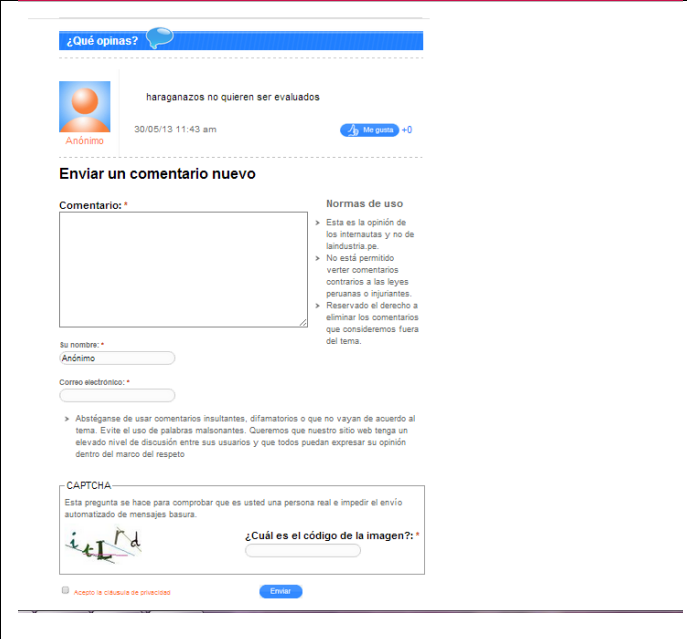
I.10.Anexo 10

Fichas de análisis aplicadas a las notas informativas de *La Industria de Trujillo y Correo – La Libertad*

Ficha de observación de la nota principal del 01 de junio de *La Industria de Trujillo*

Diario <i>La Industria de Trujillo</i>	
<p>Nota principal:</p> <p>http://laindustria.pe/trujillo/local/sindicatos-en-trujillo-se-alistan-para-huelgas</p> <p>Hora: 10:18 a.m</p>	
<p>Texto:</p>	<p>Trujillo. Según el Instituto Economía y Empresa, el 70% de los trabajadores del sector público de Trujillo dejó de atender ayer por la mañana en los diferentes instituciones del Estado. Además hubo una pérdida económica de 600 mil nuevos soles en esta paralización de 24 horas.</p> <p>Una turba de 4 mil trabajadores de diversos organismos del sector público corría, ayer por la mañana, despavorida a la altura del kilómetro 558</p>

	<p>de la carretera Panamericana, luego que un grupo de agentes de la Unidad de Servicios Especiales (USE) y de la División de Operaciones Especiales (Dinoes) de la Policía Nacional los dispersara utilizando gas lacrimógeno mientras realizaban una protesta en el Puente de Moche.</p> <p>Los efectivos formaron un cordón humano y obligaron a que los manifestantes abandonen este punto, para evitar de esta manera que el tránsito de ingreso y salida de la ciudad quede bloqueado. La Policía Montada también estuvo presente en el lugar como apoyo a los efectivos que intentaban mantener el orden.</p> <p>“La presencia policial es positiva, pero cuestionamos la agresión a algunos trabajadores, incluyendo a una mujer que está participando de esta protesta. La Policía es la que está fomentando el desorden”, sostuvo el representante de la Central General de Trabajadores del Perú (Cgtp) en La Libertad, Carlos Rosales Asmat.</p> <p>Puertas cerradas</p> <p>Diversas oficinas de las gerencias regionales de Transporte y Salud, así como varias unidades del Gobierno Regional, al igual que el Poder Judicial (PJ) acataron totalmente el paro nacional y anunciaron que no dudarán en sumarse a la</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>huelga indefinida.</p> <p>“Mañana (hoy) el Congreso debe aprobar la Ley de Servicio Civil, que si es establecida como se ha indicado hasta el momento afectará a más de un millón de trabajadores a nivel nacional y 30 mil en Trujillo.”, sostuvo el representante de la Confederación Intersectorial de Trabajadores Estatales (Cite), Carlos Alva Jara, quien precisó que 30 sindicatos participaron ayer de la protesta.</p>
<p>Multimedia:</p>	<p>Imagen estática. Fotografía. Botones(compartir en redes sociales)</p>
<p>Hipertexto:</p>	<p>No.</p>
<p>Interactividad: El sitio tiene en todas sus notas un espacio en el cual los usuarios pueden dejar comentarios sobre estas.</p>	

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Protesta en Trujillo generó pérdidas de 600 mil nuevos soles.
Fecha:	01 de junio de 2013
Horario:	10:18 a.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
URL:	
• Estructura de hipertexto:	
No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial realista.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos

○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos(botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión. ○ Comentarios: Un usuario identificado como anónimo dejó un comentario en la nota el 30 de mayo del 2013. 	
Periodística	
• Titular:	Titular: <i>“Protesta en Trujillo generó pérdidas de 600 mil nuevos soles.”</i> Clasificación: Informativo
• Texto	Lead: <i>“Trujillo. Según el Instituto Economía y Empresa, el 70% de los trabajadores del sector público de Trujillo dejó de atender ayer por la mañana en los diferentes instituciones del Estado. Además hubo una pérdida económica de 600 mil nuevos soles en esta paralización de 24 horas. “</i> Clasificación: Sumario. El lead de esta nota responde a las preguntas del ¿qué? y ¿dónde?
	Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Segundo nivel.
	Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia en profundidad.
	Fecha, hora, lugar y autor: 01 de junio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Trujillo. No indica quién es el autor(a) de la nota.

<ul style="list-style-type: none">• Otros	Leyenda de elementos multimedia: Contienen la siguiente leyenda: "Manifestantes se dispersaron por gas lacrimógeno" lanzado. El autor de la foto es: Armando.
----------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Ollanta Humala: "Acepté la recomendación de la comisión de gracias presidenciales"
Fecha:	07 de junio de 2013
Horario:	16:40 p.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
URL:	
• Estructura de hipertexto:	
No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos

○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos(botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión. ○ Comentarios: Dos usuarios identificados como anónimos dejaron comentarios en la nota el 07 de junio de 2013. 	
Periodística	
• Titular:	Titular: <i>“Ollanta Humala: “Acepté la recomendación de la comisión de gracias presidenciales”</i> Clasificación: Informativo
• Texto	Lead: <i>“Lima. Esta tarde Ollanta Humala sostuvo que la decisión de no indultar a Alberto Fujimori es parte de una recomendación por unanimidad que realizó la comisión de gracias presidenciales.”</i> Clasificación: Sumario. El lead de esta pregunta responde el ¿qué? y el ¿quién? Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco. Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia breve Fecha, hora, lugar y autor: 07 de junio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Lima. No indica quién es el autor(a) de la nota.
• Otros	Leyenda de elementos multimedia: La nota presenta una sola fotografía a color la cual no lleva leyenda pero sí crédito

	de foto, el cual es: La Industria.
--	------------------------------------

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Los soldados de la suerte
Fecha:	16 de junio de 2013
Horario:	16:38 p.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	1
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal: 1	URL: http://laindustria.pe/sites/default/files/archivo/A9_0.pdf
▪ Externos:	URL:
• Estructura de hipertexto: La estructura del hipertexto usada en esta nota es lineal.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos

○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos(botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión. ○ Comentarios: No existen comentarios en la nota 	
Periodística	
• Titular:	Titular: “ <i>Los soldados de la suerte</i> ” Clasificación: Apelativo
• Texto	<p>Lead:</p> <p><i>“Lima. El sorteo público para cubrir las vacantes del servicio militar que no fueran ocupadas por voluntarios, se realizará este miércoles 19 de junio, a partir de las 10 horas, en el coliseo Mariscal Cáceres en Chorrillos, informó el general del Ejército Carlos Paz Figueroa, del Comando de Reservas y Movilización del Ejército (Coremove).”</i></p> <p>Clasificación: Resumen</p> <p>Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz.: Breve.</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 16 de junio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Lima. No indica quién es el autor(a) de la nota.</p>
• Otros	Leyenda de elementos multimedia: Contiene la leyenda: “Los cuarteles volverán a llenarse de soldados” La foto es del archivo.

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Acción de delincuentes aumenta en forma preocupante en feriados.
Fecha:	29 de junio de 2013
Horario:	16:00 p.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	1
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal: 1	URL: http://laindustria.pe/sites/default/files/archivo/A6_1.pdf
▪ Externos:	
URL:	
• Estructura de hipertexto: La estructura del hipertexto usada en esta nota es lineal.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Función: 		Requerimientos
<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de multimedialidad 		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Yuxtaposición o integración 		Yuxtaposición
Interactividad		
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros) 		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión. ○ Comentarios: Se encuentra activado el buzón de comentarios de la nota pero no hay comentario de los usuarios en esta. 		
Periodística		
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	Titular: <i>“Acción de delincuentes aumenta en forma preocupante en feriados”</i> Clasificación: Informativo	
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	Lead: <i>“Trujillo. Más vale prevenir que lamentar. Los titulares de la Tercera Dirección Territorial Policial (Dirtepol), de la Compañía General de Bomberos Voluntarios y de la subgerencia de Defensa Civil de nuestra jurisdicción lanzaron ayer una serie de recomendaciones a la ciudadanía con motivo del feriado largo que en muchas instituciones del sector público terminará mañana. De este modo, se evitarán accidentes vehiculares, robos y siniestros domésticos.”</i> Clasificación: Resumen Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco. Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia breve. Fecha, hora, lugar y autor: 29 de junio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Trujillo. No indica quién es el autor(a) de la nota.	
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	Leyenda de elementos multimedia: La nota presenta una sola fotografía a color la cual lleva leyenda y crédito de foto. La leyenda de la nota es: Autoridades	

	brindar sugerencias para prevenir estas acciones. Y la fotografía usada en la nota es referencial.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Trujillo soportará un invierno más intenso y prolongado
Fecha:	01 de Julio
Horario:	10:50 a.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos: 0	URL:
• Ruta de navegación: No existe una estructura de texto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía del hecho.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
Función: (ampliar contenido)	Requerimientos

○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros). <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: Se pueden dejar comentarios con un previo registro que incluye correo electrónico. 	
Periodística	
• Titular:	Titular: “ <i>Trujillo soportará un invierno más intenso y prolongado</i> ” Clasificación: Informativo-Apelativo.
• Texto	Lead: <i>“La última semana, la temperatura más baja que registró la ciudad alcanzó los 15 grados, según reportes del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrografía del Perú (Senahmi). Fue el lunes 17 el día que se llegó a esa escala. Pero, si usted creyó que el invierno había tocado fondo, pues se equivoca.</i> <i>Aún le faltan a la otrora ciudad primaveral días más friolentos.”</i> Tipo de lead: Anuncio
	Estructura de la noticia: Pirámida informativa en el segundo nivel
	Tipo de noticia, según La Voz. Estándar

	Fecha, hora, lugar y autor: 01 de julio, no tiene hora, Trujillo y no cuenta con el autor
<ul style="list-style-type: none">• Otros	Leyenda de elementos multimedia. Contiene la siguiente leyenda: "Bajas temperaturas serán una constante en estos meses" Créditos: A. Castro.

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Empresas le deben a EsSalud más 5 millones de soles
Fecha:	07 de julio del 2013
Horario:	09:30 a.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	URL:
Ruta de navegación:	
No existe una estructura de texto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía realista.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros).	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: Se permite la realización de comentarios en la noticia, previo a un pequeño registro. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: “Empresas le deben a EsSalud más 5 millones de soles”</p> <p>Clasificación: Informativo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead:</p> <p>“La Oficina de Normalización Previsional (ONP) es una las mayores deudoras de EsSalud con más del 50 por ciento del total de morosidad de las entidades públicas, cuyo monto total supera los 4 millones 196 mil 756 soles; mientras que las entidades del sector privado tiene un monto por pagar que asciende a 892 mil 463 soles”.</p> <p>Tipo de lead: Resumen</p> <p>Estructura de la noticia: pirámide invertida en el nivel básico, según Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz. Profundidad (cinco párrafos grandes).</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 7 de julio, no registra hora, La Libertad, no registra autor.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia. “Percy Lara Holguín y Jaime Mora”. Foto: La Industria.</p>

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Terminal terrestre será única opción para transportistas
Fecha:	13 de julio del 2013
Horario:	10:30 a.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal: 0	URL:
▪ Externos:	
URL:	
• Ruta de navegación: No existe una estructura de texto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía realista sobre el terminal terrestre.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
Función: (ampliar/contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros).	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: Se encuentra activada la opción de comentarios en el momento del análisis pero se requiere un registro para poder comentar la nota. 	
Periodística	
• Titular:	<p>Titular: <i>"Terminal terrestre será única opción para transportistas"</i></p> <p>Clasificación: Informativo.</p>
• Texto	<p>Lead:</p> <p><i>"Las empresas de transporte terrestre que cubren rutas nacionales y operan en Trujillo se verán, prácticamente, forzadas a dejar sus terminales y buscar un lugar alejado, o ingresar al Terminal Terrestre de Trujillo, para seguir ofreciendo su servicio, luego que ayer fueran aprobadas, por mayoría de votos, dos ordenanzas para el ordenamiento vial en la ciudad".</i></p> <p>Tipo de lead: Resumen</p> <p>Estructura de la noticia: pirámide invertida en el segundo nivel, según Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz. Profundidad. (siete párrafos)</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 13 de julio, no registra hora, Trujillo, no se coloca la autoría.</p>
• Otros	<p>Leyenda de elementos multimedia. "Estación buscará el ordenamiento vial en la ciudad". Fotos: J. Cáceda</p>

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Autoridades liberteñas insatisfechas con el mensaje de Humala
Fecha:	29 de julio del 2013
Horario:	16:10 p.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
URL:	
Ruta de navegación:	
No existe una estructura de texto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía realista de las autoridades.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:
▪ Función:	
Requerimientos	
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro,	

<p>personalización, otros).</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: Se encuentra activada la opción de comentarios en el momento del análisis pero se necesita llenar un pequeño registro. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: <i>"Autoridades liberteñas insatisfechas con el mensaje de Humala"</i></p> <p>Clasificación: Informativo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead:</p> <p><i>"Los planteamientos expresados durante los 65 minutos que duró el mensaje del presidente de la República, Ollanta Humala Tasso, no fueron suficientes para colmar las expectativas de las autoridades de La Libertad, quienes coincidieron ayer en que el mandatario peruano debió ahondar en temas de descentralización"</i></p> <p>Tipo de lead: Resumen</p> <p>Estructura de la noticia: pirámide invertida en el segundo nivel, según Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz. Profundidad.</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 29 de julio, no registra hora, La Libertad, no registra el autor.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia. "esperaban planteamientos concretos y más aporte", foto: Archivo.</p>

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Casos confirmados de virus mortal se incrementan a 21
Fecha:	02 de agosto de 2013
Horario:	11:32 a.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
URL:	
• Estructura de hipertexto: No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión. ○ Comentarios: No existen comentarios en la nota 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: “Casos confirmados de virus mortal se incrementan a 21”</p> <p>Clasificación: Informativo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead:</p> <p><i>“Trujillo. La peligrosa pandemia de gripe AH1N1 desatada en Latinoamérica ha infectado a 21 liberteños, quienes se encuentran hospitalizados en los nosocomios Belén, Regional Docente y Víctor Lazarte Echegaray de nuestra ciudad. Dicha información fue revelada ayer por gerente regional de Salud, Henry Rebaza Iparraguirre, quien bastante preocupado dijo que además de los casos confirmados, existen otros 15 por descartar y 23 pendientes de resultados.”</i></p> <p>Clasificación: Sumario. El lead de esta nota responde a las preguntas del ¿qué?, ¿quién? y ¿dónde?</p> <p>Estructura de la noticia: Pirámide invertida en su segundo nivel, según Guillermo Franco,</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz.: Estándar</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 02 de agosto de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Trujillo. No indica quién es el autor(a) de la nota.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia: Contiene la leyenda: “Son nueve los menores infectados por gripe AH1N1 en la región” . No tiene autor de la foto.</p>

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Menores lideran robos y homicidios en la región La Libertad
Fecha:	04 de agosto de 2013
Horario:	14:50 p.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	1
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal: x	URL: http://laindustria.pe/sites/default/files/archivo/A4_5.pdf
▪ Externos:	URL:
• Estructura de hipertexto: La estructura del hipertexto usada en esta nota es lineal.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Grafismo
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:

▪ Función:		Requerimientos
• Tipos de multimedialidad		
○ Yuxtaposición o integración		Yuxtaposición
Interactividad		
• Elementos interactivos(botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión. ○ Comentarios: Un usuario identificado como anónimo dejó un comentario en la nota el día de su publicación. 		
Periodística		
• Titular:	Titular: <i>“Menores lideran robos y homicidios en la región La Libertad”</i> Clasificación: Informativo	
• Texto	Lead: <i>“La Libertad. Apenas alcanzan los 12, 13 o 16 años y no son conocidos por conseguir un logro académico en sus colegios; tampoco por ser destacados en algún deporte. Al contrario, la mayoría de ellos ha decidido reemplazar la educación y los pasatiempos de la adolescencia por armas, disparos, secuestros, drogas y ajustes de cuentas. “</i>	
	Clasificación: Impacto.	
	Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco.	
	Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia breve	
	Fecha, lugar y autor: 04 de agosto de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. No indica quién es el autor(a) de la nota.	
• Otros	Leyenda de elementos multimedia: La nota presenta una sola fotografía a color la cual lleva	

	leyenda y crédito de foto. La leyenda es: Este menor es integrante de “La Jauría”. Y la fotografía es referencial.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Contraoferta del Minsa sería aceptada hoy por los médicos
Fecha:	13 de agosto de 2013
Horario:	12: 35 p.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	URL:
• Estructura de hipertexto:	
No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:

▪ Función:		Requerimientos
• Tipos de multimedialidad		
○ Yuxtaposición o integración		Yuxtaposición
Interactividad		
• Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)		
○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión.		
○ Comentarios: No existen comentarios en la nota		
Periodística		
• Titular:	Titular: “ <i>Contraoferta del Minsa sería aceptada hoy por los médicos</i> ” Clasificación: Informativo	
• Texto	Lead: “ <i>Trujillo. Aunque la huelga médica continúa, la última contraoferta lanzada ayer por el Ejecutivo sería la más cercana a los intereses económicos y a la reforma de salud que persigue la Federación Médica Peruana.</i> “ Clasificación: Anuncio	
	Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco.	
	Tipo de noticia, según La Voz.: Profundidad	
	Fecha, hora, lugar y autor: 14 de agosto de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Trujillo. No indica quién es el autor(a) de la nota.	
• Otros	Leyenda de elementos multimedia: Cuenta con la leyenda: “Los médicos que abandonaron sus labores sufrirán un recorte de sus salarios”. No tiene autor de la foto.	

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>La Industria de Trujillo</i>
Nota informativa:	Colegios exponen a los alumnos a gripe AH1N1
Fecha:	26 de agosto de 2013
Horario:	11: 35 a.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	1
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal: 1	URL: http://laindustria.pe/sites/default/files/archivo/INFORME%20A5.p df
▪ Externos:	
URL:	
• Estructura de hipertexto: La estructura del hipertexto usada en esta nota es lineal.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos

○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos(botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico y a impresión. ○ Comentarios: No existen comentarios en la nota 	
Periodística	
• Titular:	Titular: “ <i>Colegios exponen a los alumnos a gripe AH1N1</i> ” Clasificación: Informativo
• Texto	<p>Lead:</p> <p><i>“Trujillo. Ignoran las órdenes superiores. Aunque las directivas y resoluciones gerenciales que ordenan a los planteles públicos y privados acatar las medidas de prevención para evitar la circulación de la mortal influenza AH1N1 están publicadas en el portal digital de la Gerencia Regional de Educación (Grell), la mayoría de directores de colegios liberteños está desobedeciendo dichas normas y, en el colmo de la irresponsabilidad,culpan a la Grell por “no comunicarnos las acciones por escrito” exponen la vida de los escolares.”</i></p> <p>Clasificación: Anuncio</p> <p>Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz.: Breve</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 22 de agosto de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Trujillo. No indica quién es el autor(a) de la nota.</p>

<ul style="list-style-type: none">• Otros	<p>Leyenda de elementos multimedia: Contiene la leyenda: "La mayoría ingresa a las 7 de la mañana pese a la disposición" La foto es del archivo.</p>
----------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ficha de observación de *Correo – La Libertad*

Ficha de observación de la nota principal del 01 de junio de *Correo-La Libertad*

<p>Noticia principal: “Justin Bieber” vendía sus porno videos por internet</p> <p>09:30 a.m.</p> <p>http://diariocorreo.pe/ultimas/noticias/4829155/edicion+la-libertad/justin-bieber-vendia-sus-pornovideos-por-i</p>	
<p>Contenido:</p>	<p>Lo confesó todo. El discapacitado, Raúl Vega Terrones (25), aceptó ante la Fiscalía y la policía que se hacía pasar por el cantante juvenil "Justin Bieber" en las redes sociales para captar menores a quienes grababa desnudas o en actos sexuales.</p> <p>FACEBOOK. Es más, se detectó que usaba cuatro cuentas de Facebook para dicho cometido: "Cristian tu nene", "Justin in Love", "ATV Televisivo", y "Fiorela García Merino". Ahora bien, este falso "Justin Bieber" posee conocimientos empíricos de informática, los que utilizó para crear una página web cuyo contenido pornográfico infantil compartía a cambio de un dólar.</p> <p>El capitán PNP, David Silva Arangoitia, de la División de Alta Tecnología, aseveró que hasta el momento ha logrado corroborar que 50 personas han visitado dicha página pornográfica.</p> <p>En la misma línea, no descartó que Raúl Vega Terrones, pertenezca a una red extranjera dedicada a la pedofilia.</p> <p>LO INCAUTADO. Cabe indicar que en la vivienda del falso "Justin Bieber" se decomisaron 10 discos duros de PC, 40 CD, y 5 USB, cables.</p>

	<p>Todo ello será analizado en Lima, en un periodo de 20 días, para identificar más víctimas y más implicados en el caso. Así lo informó el comandante Luis Castro Haro, del Departamento de Pornografía Infantil de Lima.</p> <p>DURA PENA. Por su parte, la fiscal encargada del proceso, Niccy Valencia Llerena, afirmó que de momento, al falso "Justin Bieber" se le investiga por tres menores afectadas y se sumarían tres más.</p> <p>Ante ello, calculó que podría ser sentenciado a 30 años de prisión efectiva.</p> <p>"Este delito de la pornografía infantil con niños menores de 14 es penado con 8 años (...). Funciona aquí la sumatoria en proporción a las agraviadas", expresó.</p> <p>La letrada duda que el discapacitado haya actuado solo, es decir habrían más implicados.</p> <p>Pidió también a los padres de familia cuidar más a sus hijos de los peligros del internet. "Cuando caen en manos de estos tipos sus alegrías se pierden, no quieren ir al colegio ni hablar con sus familiares por temor a que descubran las imágenes", dijo</p>
<p>Elementos multimedia:</p>	<p>Botones de redes sociales.</p>
<p>Hipertexto:</p>	<p>Ninguno.</p>
<p>Interactividad: El sitio está conectado con Disqus, el cual permite a los usuarios dejar comentario en las noticias.</p>	<p>No está habilitado.</p>

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis															
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>														
Nota informativa:	“Justin Bieber” vendía sus porno videos por internet														
Fecha:	02 de junio del 2013														
Horario:	10: 07 a.m.														
Hipertextualidad															
<ul style="list-style-type: none"> • Enlaces <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30px;">○ Número</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>○ Clase:</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Internos:</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 40px;">• Intranodal:</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 40px;">• Internodal:</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Externos:</td> <td>URL:</td> </tr> </table> • Ruta de navegación: No existe una ruta de navegación en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace. 		○ Número	0	○ Clase:		▪ Internos:		• Intranodal:	URL:	• Internodal:	URL:	▪ Externos:	URL:		
○ Número	0														
○ Clase:															
▪ Internos:															
• Intranodal:	URL:														
• Internodal:	URL:														
▪ Externos:	URL:														
Multimedialidad															
<ul style="list-style-type: none"> • Agentes multimedia <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)</td> <td>Cuenta con una fotografía respecto al sujeto de quién se habla en la nota.</td> </tr> <tr> <td>○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>○ Video</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td>Función: (ampliar contenido)</td> <td>Requerimientos</td> </tr> <tr> <td>○ Audio</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Función:</td> <td>Requerimientos</td> </tr> </table> • Tipos de multimedialidad <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">○ Yuxtaposición o integración</td> <td style="text-align: center;">Yuxtaposición</td> </tr> </table> 		○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Cuenta con una fotografía respecto al sujeto de quién se habla en la nota.	○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)		○ Video	URL:	Función: (ampliar contenido)	Requerimientos	○ Audio	URL:	▪ Función:	Requerimientos	○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Cuenta con una fotografía respecto al sujeto de quién se habla en la nota.														
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)															
○ Video	URL:														
Función: (ampliar contenido)	Requerimientos														
○ Audio	URL:														
▪ Función:	Requerimientos														
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición														
Interactividad															
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros): 															

<ul style="list-style-type: none"> ○ Comentarios: No se encuentra activada la opción de comentarios para esta nota en el momento del análisis. Sin embargo, se ha registrado un comentario durante la fecha de la publicación. ○ Botones en redes sociales: se puede compartir la noticia en Facebook, Twitter, Google +, o enviar a un amigo. 	
Periodística	
• Titular:	Titular: <i>“Justin Bieber” vendía sus porno videos por internet</i> Clasificación: Apelativo
• Texto	Lead: <i>“Lo confesó todo. El discapacitado, Raúl Vega Terrones (25), aceptó ante la Fiscalía y la policía que se hacía pasar por el cantante juvenil "Justin Bieber" en las redes sociales para captar menores a quienes grababa desnudas o en actos sexuales”.</i> Tipo: Impacto. Responde a las preguntas: qué, quién y por qué. Estructura de la noticia: Pirámide invertida en el segundo nivel, según Guillermo Franco Tipo de noticia, según La Voz: de profundidad Fecha, lugar y autor: 31 de mayo, Trujillo, Juan Carlos Díaz
• Otros	Leyenda de elementos multimedia. No se utilizan leyendas. Fotos: Epena.

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>
Nota informativa:	Menor de 16 muere a balazos en La Esperanza
Fecha:	09 de junio del 2013
Horario:	10:30
Hipertextualidad	
<ul style="list-style-type: none"> • Enlaces <ul style="list-style-type: none"> ○ Número 0 ○ Clase: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internos: <ul style="list-style-type: none"> • Intranodal: URL: • Internodal: URL: ▪ Externos: URL: 	
<ul style="list-style-type: none"> • Ruta de navegación: No existe una ruta de navegación en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace. 	
Multimedialidad	
<ul style="list-style-type: none"> • Agentes multimedia <ul style="list-style-type: none"> ○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones) Galería fotográfica compuesta por dos fotografías del hecho. ○ Imágenes en movimiento (animación, minimación) ○ Video URL: 	
Función: (ampliar contenido) Requerimientos	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Audio URL: 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Función: Requerimientos 	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de multimedialidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Yuxtaposición o integración Yuxtaposición 	
Interactividad	
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros) <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook, 	

<p>Twitter y Google+. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Comentarios: No se encuentra activada la opción de comentarios en el momento del análisis 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: <i>“Menor de 16 muere a balazos en La Esperanza”</i> Clasificación de titular: Informativo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead: <i>“Era demasiado joven para morir. Apenas a sus 16 años un mototaxista fue víctima de un clásico "ajuste de cuentas" por el cual perdió la vida a balazos”</i> Tipo de lead: Impacto</p> <p>Estructura de la noticia: Pirámide invertida en el segundo nivel, según Guillermo Franco</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz. Estándar.</p> <p>Fecha, lugar y autor: 10 de junio, hora no, Trujillo, Sala de redacción.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia. No contiene leyendas ni tampoco créditos en la fotografía sobre el autor.</p>

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis															
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>														
Nota informativa:	Apepistas desestimaron pedido de investigación sobre alcalde por tema de subvenciones														
Fecha:	20 de junio del 2013														
Horario:	09:40 a.m.														
Hipertextualidad															
<ul style="list-style-type: none"> • Enlaces <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30px;">○ Número</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>○ Clase:</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Internos:</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 40px;">• Intranodal:</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 40px;">• Internodal:</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Externos:</td> <td>URL:</td> </tr> </table> • Ruta de navegación: No existe una ruta de navegación en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace 		○ Número	0	○ Clase:		▪ Internos:		• Intranodal:	URL:	• Internodal:	URL:	▪ Externos:	URL:		
○ Número	0														
○ Clase:															
▪ Internos:															
• Intranodal:	URL:														
• Internodal:	URL:														
▪ Externos:	URL:														
Multimedialidad															
<ul style="list-style-type: none"> • Agentes multimedia <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)</td> <td>Fotografía del hecho.</td> </tr> <tr> <td>○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>○ Video</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td>Función: (ampliar contenido)</td> <td>Requerimientos</td> </tr> <tr> <td>○ Audio</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Función:</td> <td>Requerimientos</td> </tr> </table> • Tipos de multimedialidad <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">○ Yuxtaposición o integración</td> <td>Yuxtaposición</td> </tr> </table> 		○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía del hecho.	○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)		○ Video	URL:	Función: (ampliar contenido)	Requerimientos	○ Audio	URL:	▪ Función:	Requerimientos	○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía del hecho.														
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)															
○ Video	URL:														
Función: (ampliar contenido)	Requerimientos														
○ Audio	URL:														
▪ Función:	Requerimientos														
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición														
Interactividad															
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros). <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y 															

<p>Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Comentarios: Se pueden dejar comentarios con un previo registro que incluye correo electrónico. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: “ <i>Apepistas desestimaron pedido de investigación sobre alcalde por tema de subvenciones</i>”</p> <p>Clasificación: Informativo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead: <i>“La bancada oficialista rechazó el pedido de la minoría aprista de la comuna provincial trujillana de formar una comisión investigadora por el presunto uso indebido de las subvenciones desde el año 2010”</i></p> <p>Tipo de lead: Sumario</p> <p>Estructura de la noticia: Pirámide invertida en el nivel básico según Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz. Breve.</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor 20 de junio, no tiene hora, Trujillo y Sala de redacción.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia. Contiene la siguiente leyenda: “portada acuña”,</p>

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis															
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>														
Nota informativa:	Roban vestuario y joyas a reina trujillana														
Fecha:	23 de junio														
Horario:	16:20 p.m.														
Hipertextualidad															
<ul style="list-style-type: none"> • Enlaces <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">○ Número</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>○ Clase:</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Internos:</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 40px;">• Intranodal:</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 40px;">• Internodal:</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Externos:</td> <td>URL:</td> </tr> </table> • Ruta de navegación: No existe una ruta de navegación en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace 		○ Número	0	○ Clase:		▪ Internos:		• Intranodal:	URL:	• Internodal:	URL:	▪ Externos:	URL:		
○ Número	0														
○ Clase:															
▪ Internos:															
• Intranodal:	URL:														
• Internodal:	URL:														
▪ Externos:	URL:														
Multimedialidad															
<ul style="list-style-type: none"> • Agentes multimedia <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)</td> <td>Fotografía del hecho.</td> </tr> <tr> <td>○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>○ Video</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td>Función: (ampliar contenido)</td> <td>Requerimientos</td> </tr> <tr> <td>○ Audio</td> <td>URL:</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ Función:</td> <td>Requerimientos</td> </tr> </table> • Tipos de multimedialidad <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">○ Yuxtaposición o integración</td> <td>Yuxtaposición</td> </tr> </table> 		○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía del hecho.	○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)		○ Video	URL:	Función: (ampliar contenido)	Requerimientos	○ Audio	URL:	▪ Función:	Requerimientos	○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Fotografía del hecho.														
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)															
○ Video	URL:														
Función: (ampliar contenido)	Requerimientos														
○ Audio	URL:														
▪ Función:	Requerimientos														
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición														
Interactividad															
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros). <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y 															

<p>Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Comentarios: Se pueden dejar comentarios con un previo registro que incluye correo electrónico. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: “<i>Roban vestuario y joyas a reina trujillana</i>” Clasificación: Informativo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead: <i>“Johanna Alayo Ñamoc (21), no imaginó que pudo perder la corona de Miss La Libertad International 2012, pero no en un concurso sino al bajar del taxi en el que se trasladaba”.</i></p> <p>Tipo de lead: Adelanto</p> <p>Estructura de la noticia: Pirámide invertida nivel básico según Guillermo Franco</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz. Estándar</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor 23 de junio, no hay hora, Trujillo y Sala de redacción</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia. Contiene la siguiente leyenda: “reina” y créditos de Epena.</p>

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	Correo – La Libertad
Nota informativa:	Adolescente fue acribillado
Fecha:	01 de julio de 2013
Horario:	10:02 a.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
▪ Externos:	
▪ Externos:	
▪ Externos:	
▪ Externos:	
▪ Externos:	
• Estructura de hipertexto:	
No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos

<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de multimedialidad 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Yuxtaposición o integración 	Yuxtaposición
Interactividad	
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros) 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook, Twitter y Google+. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: No hay comentarios en la nota. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	Titular: <i>"Adolescente fue acribillado"</i> Clasificación: Informativo
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	Lead: <i>La vida de un muchacho que recién había culminado el colegio se extinguió al recibir dos balazos en la cabeza y dos más en la espalda.</i> Clasificación: Sumario. El lead de esta nota responde a las preguntas del ¿qué? y el ¿cómo?
	Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco
	Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia breve.
	Fecha, hora, lugar y autor: 01 de julio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El lugar es Trujillo, el autor indicado en la nota es: Sala de Redacción.
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	Leyenda de elementos multimedia: La nota no tiene leyenda en ninguna de las fotos que componen a la galería de imágenes. No indica quién es el autor de estas.

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	Correo – La Libertad
Nota informativa:	Presidente Humala exige eficacia a la policía
Fecha:	12 de julio de 2013
Horario:	16:25 p.m
Hipertextualidad	
<ul style="list-style-type: none"> • Enlaces <ul style="list-style-type: none"> ○ Número 0 ○ Clase: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internos: <ul style="list-style-type: none"> • Intranodal: URL: • Internodal: URL: ▪ Externos: URL: 	
<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de hipertexto: No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace. 	
Multimedialidad	
<ul style="list-style-type: none"> • Agentes multimedia <ul style="list-style-type: none"> ○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones) Imagen referencial real ○ Imágenes en movimiento (animación, minimación) ○ Video URL: ▪ Función: (ampliar contenido) Requerimientos ○ Audio URL: ▪ Función: Requerimientos • Tipos de multimedialidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Yuxtaposición o integración Yuxtaposición 	
Interactividad	
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros) 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook, Twitter y Google+. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: No hay comentarios en la nota. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: “<i>Presidente Humala exige eficacia a los policías</i>” Clasificación: Informativo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead: <i>“Durante su visita a Ascope Ollanta Humala Tasso enfatizó en el sector Facalá que la reducción de la brecha entre ricos y pobres es su objetivo prioritario. Recordó que La Libertad es una de las principales regiones del país y que la lucha contra la delincuencia de la que se halla infectada es una tarea que no debe cesar.”</i></p> <p>Clasificación: Sumario. El lead de esta nota responde a las preguntas del ¿quién?, ¿qué? y ¿dónde?</p> <p>Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia breve</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 12 de julio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El autor indicado en la nota es: Sala de redacción. El lugar es Ascope.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia: La nota no tiene leyenda. El autor de la foto es Epena.</p>

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	Correo – La Libertad
Nota informativa:	Familiar protegió a policía como escudo humano durante balacera.
Fecha:	17 de julio de 2013
Horario:	19:45 p.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
URL:	
• Estructura de hipertexto:	
No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos

○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición
Interactividad	
• Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook, Twitter y Google+. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: No hay comentarios en la nota. 	
Periodística	
• Titular:	Titular: <i>“Familiar protegió a policía como escudo humano durante balacera”</i> Clasificación: Informativo
• Texto	Lead: <i>“Según testimonio de una familiar, Pool William Carbonel Carrión, primo del policía asesinado el último lunes en una pollada, Yordano Carrión Sifuentes; se encuentra grave en el Hospital Regional porque decidió cubrir con su cuerpo a su pariente en plena balacera.”</i> Clasificación: Sumario. El lead de esta nota responde a las preguntas del ¿qué?, ¿quién? y ¿cómo?
	Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Nivel básico acorde a la clasificación de Guillermo Franco.
	Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia breve
	Fecha, hora, lugar y autor: 17 de julio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El autor indicado en la nota es: Sala de redacción. El lugar indicado es Trujillo.

<ul style="list-style-type: none">• Otros	Leyenda de elementos multimedia: La nota no tiene leyenda en ninguna de las fotos que componen a la galería de imágenes. No se indica el autor de las fotos
----------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	Correo – La Libertad
Nota informativa:	Absolvieron a Elidio Espinoza
Fecha:	24 de julio de 2013
Horario:	09:02 a.m
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	URL:
• Estructura de hipertexto:	
No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Imagen referencial real
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
▪ Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:

▪ Función:		Requerimientos
• Tipos de multimedialidad		
○ Yuxtaposición o integración		Yuxtaposición
Interactividad		
• Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros)		
○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook, Twitter y Google+. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico.		
○ Comentarios: No hay comentarios en la nota.		
Periodística		
• Titular:	Titular: <i>“Absolvieron a Elidio Espinoza”</i> Clasificación: Informativo	
• Texto	Lead: <i>“La Sala de Juzgamiento de la Corte Superior de Justicia de La Libertad absolvió a Elidio Espinoza y a otros nueve policías acusados de integrar el “Escuadrón de la Muerte” en Trujillo que acabó con la vida de cuatro supuestos delincuentes en octubre del 2007.”</i>	
	Clasificación: Resumen	
	Estructura de la noticia: Pirámide invertida. Segundo nivel acorde a la clasificación de Guillermo Franco	
	Tipo de noticia, según La Voz.: Noticia estándar	
	Fecha, hora, lugar y autor: 24 de julio de 2013, no indica la hora de redacción de la nota. El autor indicado en la nota es: Sala de redacción. El lugar es Trujillo.	
• Otros	Leyenda de elementos multimedia: No tiene leyenda. El autor de la foto es EPENSA.	

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>
Nota informativa:	Hermetismo en velorio de pequeña asesinada por hampones
Fecha:	01 de agosto del 2013
Horario:	10:04 a.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
URL:	
• Ruta de navegación: No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática	
▪ Imagen referencial: (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Dos imágenes en una galería.
○ Video:	
▪ Función: (ampliar contenido)	
▪ Requerimientos para visualización	
○ Audio	
▪ Función:	
▪ Requerimiento para escucharlo	
• Tipos de multimedialidad	

○ Yuxtaposición o integración		Por yuxtaposición
Interactividad		
<ul style="list-style-type: none"> ● Elementos interactivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: Se encuentra activada la opción de comentarios en el momento del análisis. Se requiere un registro para dejar los comentarios en la nota. 		
Periodística		
<ul style="list-style-type: none"> ● Titular: 	Titular: <i>“Hermetismo en velorio de pequeña asesinada por hampones”</i> Clasificación de titular: Informativo	
<ul style="list-style-type: none"> ● Texto 	Lead: <i>“La tristeza se reflejaba en los padres y demás familiares de la pequeña L.T.L.M (3), quien es velada en un inmueble situado en la cuadra tres de la calle San Jorge, en El Porvenir”.</i> Tipo de lead: resumen.	
	Estructura de la noticia: pirámide invertida segundo nivel, según Guillermo Franco.	
	Tipo de noticia, según La Voz: de profundidad.	
	Fecha, hora, lugar y autor: 01 de agosto, no se registra la hora, Trujillo, no considera el nombre del autor, se consigna: Sala de redacción.	
<ul style="list-style-type: none"> ● Otros 	Leyenda de elementos multimedia: No cuenta	

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>
Nota informativa:	La Floresta: el semillero de la extorsión
Fecha:	09 de agosto del 2013
Horario:	10:04 a.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	URL:
• Ruta de navegación: No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace.	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática	
▪ Imagen referencial: (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Tres imágenes en una galería.
○ Video:	
▪ Función: (ampliar contenido)	
▪ Requerimientos para visualización	
○ Audio	
▪ Función:	
▪ Requerimiento para escucharlo	
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Por yuxtaposición

Interactividad	
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: Se encuentra activada la opción de comentarios en el momento del análisis. Se requiere un registro para dejar los comentarios en la nota. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: <i>"La Floresta: el semillero de la extorsión"</i> Clasificación de titular: Apelativo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead: <i>"El jefe del Departamento de Secuestros y Extorsiones de Trujillo, mayor Jhonny Zumarán, manifestó que de acuerdo a los reportes que se maneja en su área, detrás del 50 por ciento de denuncias extorsivas provenientes de Ascope y Chepén se encuentran menores internados en el Centro Juvenil de Diagnóstico y Rehabilitación, ex "La Floresta"</i>.</p> <p>Tipo de lead: resumen, Responde a las preguntas: quién y qué.</p> <p>Estructura de la noticia: pirámide invertida segundo nivel, según Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz: de profundidad.</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 09 de agosto, no se registra la hora, Trujillo, no considera el nombre del autor, se consigna: Sala de redacción.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia: No cuenta</p>

- **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>
Nota informativa:	¡Caen miembros de la banda 'Los Ángeles Negros'!
Fecha:	15 de agosto del 2013
Horario:	08:20 a.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	URL:
Ruta de navegación: No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Galería fotográfica compuesta por dos fotografías y un grafismo (organigrama). Las fotografías, una de ellas es referencial del penal El Milagro y la otra corresponden a los detenidos de esa banda.
○ Imágenes en movimiento (animación, minimación)	
○ Video	URL:
Función: (ampliar contenido)	Requerimientos
○ Audio	URL:
▪ Función:	Requerimientos
• Tipos de multimedialidad	
○ Yuxtaposición o integración	Yuxtaposición

Interactividad	
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos (botones, galerías, comentarios, registro, personalización, otros). <ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook, Twitter y Google+. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: No se encuentra activada la opción de comentarios en el momento del análisis. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> • Titular: 	<p>Titular: <i>"¡Caen miembros de la banda 'Los Ángeles Negros'!"</i> Clasificación de titular: Informativo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Texto 	<p>Lead: <i>"En la provincia de Chepén viene operando con fuerza una organización criminal dedicada a la extorsión, sicariato, cobro de "cupos" y el tráfico de terrenos. Dicha banda, denominada "Los Ángeles Negros", era comandada al parecer por reclusos del centro penitenciario "El Milagro".</i></p> <p>Tipo de lead: Anuncio.</p> <p>Estructura de la noticia: pirámide invertida en el segundo nivel, según Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz. Profundidad</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 15 de agosto, no se registra la hora, Trujillo, Sala de redacción.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia: No contiene leyenda.</p>

• **Ficha de análisis para cada nota informativa (Elaboración propia)**

Ficha de análisis	
Diario:	<i>Correo-La Libertad</i>
Nota informativa:	Familiares de fallecidos en obra culpan a supervisor por negligente
Fecha:	22 de agosto del 2013
Horario:	10:04 a.m.
Hipertextualidad	
• Enlaces	
○ Número	0
○ Clase:	
▪ Internos:	
• Intranodal:	URL:
• Internodal:	URL:
▪ Externos:	
URL:	
• Ruta de navegación: No existe una estructura de hipertexto en la nota informativa, el lector puede acceder al contenido completo de la nota sin la necesidad de hacer click en algún enlace	
Multimedialidad	
• Agentes multimedia	
○ Imagen estática	
▪ Imagen referencial: (imagen referencial, grafismo, ilustraciones)	Tres imágenes en una galería.
○ Video:	
▪ Función: (ampliar contenido)	
▪ Requerimientos para visualización	
○ Audio	
▪ Función:	
▪ Requerimiento para escucharlo	
• Tipos de multimedialidad	

○ Yuxtaposición o integración	Por yuxtaposición
Interactividad	
<ul style="list-style-type: none"> ● Elementos interactivos 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Botones en redes sociales: la noticia se puede compartir en Facebook y Twitter. Además, la nota puede ser enviada por correo electrónico. ○ Comentarios: Se encuentra activada la opción de comentarios en el momento del análisis. Se requiere un registro para dejar los comentarios en la nota. 	
Periodística	
<ul style="list-style-type: none"> ● Titular: 	<p>Titular: <i>“Familiares de fallecidos en obra culpan a supervisor por negligente”</i></p> <p>Clasificación de titular: Informativo</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Texto 	<p>Lead: <i>“Los familiares de los tres obreros que murieron cuando alineaban tubos dentro de una zanja informaron, en los exteriores de la morgue del Hospital Regional, que denunciarán penalmente a la Municipalidad Provincial de Virú y a la constructora que ejecuta el proyecto de alcantarillado de la calle José María Arguedas, en Puente Virú.”</i></p> <p>Tipo de lead: resumen, .</p> <p>Estructura de la noticia: pirámide invertida segundo nivel, según Guillermo Franco.</p> <p>Tipo de noticia, según La Voz: de profundidad.</p> <p>Fecha, hora, lugar y autor: 22 de agosto, no se registra la hora, Trujillo, J.Díaz.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Otros 	<p>Leyenda de elementos multimedia: No cuenta</p>