

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO
ESCUELA DE PERIODISMO

“EVOLUCIÓN DEL SITIO WEB DE LATERCERA.COM DESDE EL
AÑO 2000 AL 2015 EN EL CONTEXTO DE LA CONVERGENCIA
DIGITAL Y MASIFICACIÓN DEL ACCESO A INTERNET”

PABLO JOSÉ IGNACIO BAHAMONDE FARÍAS
PATRICIA DEL PILAR CORTÉS GUTIÉRREZ
PROFESOR GUÍA: CLAUDIO ELÓRTEGUI
VALPARAÍSO, OCTUBRE 2015

Índice

Abstract.....	4
Introducción.....	5
Capítulo I - Problematización.....	7
1.1 Pregunta de investigación y objetivo general.....	10
1.2 Objetivos específicos.....	10
Capítulo II - Marco teórico.....	12
2.1 Interfaces: el espacio de interacción humano-objeto.....	13
2.2 Los inicios de la convergencia digital.....	14
2.3 Organización de los contenidos en Internet: Arquitectura de la información.....	18
2.4 La interfaz como espacio de interacción digital.....	23
2.5 Modelo margarita, una propuesta de creación de sitios web.....	24
2.6 Consecuencia del soporte digital: liquidez de la información.....	25
2.7 Dimensiones propias de un sitio web.....	28
2.8 Hipertexto, la base de los contenidos internáuticos.....	28
2.9 Los cybermedios estudian a sus audiencias.....	30
2.10 Cyberperiodismo, la nueva manifestación del oficio.....	33
2.11 La situación en Chile.....	36
Capítulo III - Metodología.....	38
3.1 Definición del tipo de investigación.....	38
3.2 Diseño de la investigación.....	38
3.3 Definición de la muestra.....	41
3.4 Metodología de recolección de la muestra; recolección documental digital.....	46
Capítulo IV - Análisis de datos.....	48
4.1 Análisis de contenido.....	48
4.2 Web como interfaz de software.....	50
4.3 Matriz de análisis de datos.....	51

4.3.1 Ejemplo de matriz completada con datos recogidos de una interfaz.....	56
4.3.2 Validación del instrumento de análisis.....	65
4.3.3 Resultados de la prueba.....	66
Capítulo V - Resultados del análisis.....	67
5.1 Periodo de incipencia.....	67
5.1.1 Multimedialidad: primeras exploraciones.....	68
5.1.2 Hipertextualidad: rutas de lectura todavía cerradas.....	70
5.1.5 Interactividad: expectativa de respuesta.....	71
5.2 Primera semana 2005.....	75
5.2.1 Multimedialidad: vuelta al origen.....	76
5.2.2 Hipertextualidad: las rutas se abren.....	78
5.2.3 Interactividad: surge una nueva especie.....	80
5.3 Segunda semana 2005.....	83
5.3.1 Multimedialidad: totalidad desequilibrada.....	83
5.3.2 Hipertextualidad: estabilidad.....	85
5.3.3 Interactividad: mantención del escenario.....	87
5.4 Primera semana 2010.....	91
5.4.1 Multimedialidad: aparición de 3TV.....	92
5.4.2 Hipertextualidad: abundancia de contenidos.....	95
5.4.3 Interactividad: extinciones.....	98
5.5 Segunda semana 2010.....	101
5.5.1 Multimedialidad: imprescindible audiovisual.....	101
5.5.2 Hipertextualidad: sucesos en desarrollo protagónicos.....	103
5.5.3 Interactividad: redes sociales, la siguiente generación.....	104
5.6 Primera semana 2015.....	107
5.6.1 Multimedialidad: consolidada.....	108
5.6.2 Hipertextualidad: una "primera plana" con rutas de lectura....	110
5.6.3 Interactividad: una especie mejor adaptada.....	111
Capítulo VI - Conclusión.....	115
6.1 Multimedialidad, intento inacabado de aglutinación.....	116

6.2 Hipertextualidad, las rutas de lectura.....	117
6.3 Interactividad, la conexión entre el medio y su audiencia.....	118
6.4 El Internet como un apéndice.....	120
6.5 Para cerrar... por ahora.....	121
Bibliografía.....	122
Anexos.....	128

Abstract

El Internet es un fenómeno que ha generado grandes cambios e innovaciones en los medios de comunicación. Para la prensa escrita y las nuevas generaciones de periodistas, el desafío está en mantenerse vigente a través de los años y conseguir la preferencia de las audiencias, utilizando nuevas y atractivas plataformas.

En este contexto, los medios chilenos han estado implementando desde los años 90' sus respectivos sitios web informativos. La Tercera fue el segundo medio escrito en Chile en lanzar una plataforma de este tipo, la cual ha evolucionado significativamente desde el año 2000, hasta nuestros días.

En la presente investigación, se analizarán las distintas dimensiones utilizadas por el sitio web del diario La Tercera (www.latercera.com) para mantenerse actualizado en este proceso tecnológico de masificación del acceso a Internet, la convergencia digital y el ciberperiodismo, que poco a poco cobra más importancia y determina las preferencias de los 'cibernautas' (usuarios de Internet) y avisadores de importantes empresas.

Para ello, se analizará la evolución histórica de la interfaz (superficie de interacción del sitio web) en computadores, entre los años 2000 al primer semestre del 2015, donde lo visual y los recursos utilizados, han cambiado rotundamente. Cabe hacer notar, que no se considerarán los cambios que pudiese sufrir el sitio web informativo en dispositivos móviles como *smartphones* o *tablets*.

Palabras claves: *Determinismo tecnológico - Convergencia digital - Interfaz – multimedialidad - hipertextualidad - interactividad – liquidez de la información - ciberperiodismo*

Introducción

La masificación del acceso al Internet y el constante cambio en el consumo mediático por parte de los usuarios en Chile, es uno de los tantos problemas que han debido enfrentar los medios de comunicación escritos. En este contexto, la convergencia digital y el Internet, permiten que el usuario pueda acceder desde distintos dispositivos móviles o fijos a diferentes sitios web del mundo.

El estudio de esta nueva plataforma informática- el Internet- junto a sus derivados -sitios web- están en el auge de su análisis. Sin embargo, la evolución de éstos, en su aspecto visual y recursos utilizados, sólo se abordó en Chile en el año 1997, sin existir estudios posteriores al respecto. La interfaz -superficie de interacción entre objeto-usuario- sufrió un importante proceso de transformación conforme al paso de los años y justamente esto es el motivo principal de la investigación.

La digitalización de contenidos y la conectividad permiten al cibernauta informarse rápidamente del acontecer nacional e internacional, sin necesidad de consultar el diario impreso, incluso con apoyo de videos, audios y galerías de imágenes. Lo que hace un quiebre con su edición impresa y plantea una nueva forma de informar.

El determinismo tecnológico, en su corriente que considera a la audiencia participativa en el proceso de renovación de la tecnología, ha facilitado que los medios escritos recurran a distintas dimensiones para incluir en su sitios web, entre ellas está la interactividad, hipertextualidad, multimedialidad, entre otras.

Latercera.com fue el segundo medio en Chile en implementar su sitio web, el 1 de junio de 1997. “La época Internet”, sin embargo, estableció los primeros cimientos de un medio de comunicación escrito en el mundo internáutico. Es así, que los medios de comunicación escritos, han debido trasladar y potenciar sus

contenidos en sus sitios web para lograr cautivar a los usuarios. Y esto es de lo que se trata este trabajo, una medición de la evolución de un sitio web específico - Latercera.com- desde su etapa inicial, bastante similar a su edición impresa, hasta el primer semestre del 2015, momento en el que su producto digital ya está consolidado.

Chile, es el país con mayor alcance a sitios de noticias generales en América Latina, siendo BioBioChile.cl y LaTercera.com los portales que ocupan las primeras posiciones en cuanto a preferencia de los usuarios –con el primer y segundo lugar respectivamente-.¹

El análisis parte desde la premisa de que los usuarios son cada vez más exigentes y difíciles de contener, por lo que la interactividad o accesibilidad de los contenidos juega un rol fundamental a la hora de ganar la preferencia de la audiencia. Camus consigna esta situación en una lógica de la brevedad y estima que un margen de 5 segundos es suficiente para que el usuario decida si se quedará en el sitio web o si buscará otro. La permanencia de la audiencia dependerá, entre otras cosas, de que los productores de contenido digital comprendan las nuevas características y oportunidades que el soporte digital ofrece y hagan uso de éstas (Camus, b, 60).

Por cierto que examinar todas esas características es un área de competencia demasiado amplia, por lo que serán acotadas. Así, pues, tendremos como objetivos revisar algunos de los aspectos decisivos en el desarrollo de un sitio web para la entrega de información e interacción con sus usuarios. Esto se manifiesta en los distintos recursos que emplean y que se muestran en su interfaz. Es la evolución de uno de los principales sitios informativos del país.

¹Estudio "Futuro Digital Latinoamérica 2014" de ComScore, Focus Chile. Disponible en: http://starterdaily.com/wp-content/uploads/2014/08/2014_Digital_Future_in_Focus_Chile.pdf, consultado el 25 de septiembre de 2015.

Capítulo I - Problematicación

El Internet es la nueva tecnología que ha llegado para quedarse. Es una de las plataformas más usadas por la población mundial y ha revolucionado al mundo. Ahora no es necesario comprar un diario para saber lo que acontece en el mundo. Con un simple "twit" o una publicación en Facebook, podemos informarnos y actualizarnos de las últimas noticias.

El Internet se volvió un protagonista en la vida los chilenos, a un nivel Latinoamericano, donde un Informe realizado por el Barómetro de la Banda Ancha Cisco 2.0 del año 2013, indicó que Chile fue el líder en penetración de internet en Latinoamérica; con un incremento de las conexiones fijas de un 8%, entre 2011 y 2012.

Asimismo, según el estudio "Futuro Digital Latinoamérica 2013" de ComScore, en el período comprendido entre marzo de 2012 y marzo de 2013, la cantidad de latinos conectados aumentó 12%, llegando a 147 millones de usuarios. Así fue la región que más creció en el mundo, en un año.

Nuestro país tiene un consumo digital que va en ascenso, en distintos niveles y tipos de portales web. En las estadísticas de este mismo estudio en el año 2014 (junio), Chile tuvo una audiencia de 6.4 millones de usuarios en Internet, representando 4% de la audiencia latinoamericana.²

La conectividad, el internet móvil (3G) o fijo, *Smart TV* y el *Smartphone* son los nuevos protagonistas de esta sociedad tecnologizada. La convergencia digital - entendida según autores como Camus es la digitalización de todos los procesos técnicos de la concepción, producción, presentación, transmisión, recepción o almacenamiento de aquellos contenidos que el ser humano genera para

² Estudio "Futuro Digital Latinoamérica 2014" de ComScore, Focus Chile. Disponible en: http://starterdaily.com/wp-content/uploads/2014/08/2014_Digital_Future_in_Focus_Chile.pdf. Consultado el 25 de septiembre de 2015.

comunicar o expresar sus deseos, ideas, conocimientos o sentimientos- es la nueva tónica mundial.

En otras palabras, el consumo mediático ha cambiado desde un soporte material a uno digital. Por lo tanto, un medio escrito como La Tercera, el cual era fundamentalmente impreso, se ve permanentemente amenazado con la masificación del acceso a Internet y las plataformas virtuales. Es por eso que decidieron, a mediados de 1997 -luego de “La Época Internet”- ser los segundos en sumarse al mundo del Internet.

Por otro lado, de acuerdo a datos entregados por el estudio de Tren Digital, “Panel de Tendencias Online”, realizado en 2013, la preferencia de los usuarios para informarse durante el día, se sitúa en la prensa digital con un 28,3% (portales informativos) versus un 15.4% (diarios impresos). En este escenario de convergencia digital ya no basta con el texto; dada la capacidad del Internet de ofrecer los tres soportes tradicionales –texto, audio e imágenes fijas y en movimiento-, la audiencia está demandando más.

La publicidad también ha debido cambiar sus canales para promocionar sus productos. Incluso, “La disminución de la inversión en la publicidad total es impactada principalmente por la caída en la TV y prensa (diarios y revistas). Esta tendencia a la baja, y con cifras negativas de estos medios, se viene observando desde el año 2012. A la inversa, la publicidad en medios digitales fue la que más creció, igual que el año 2013. En definitiva, la Publicidad Online continúa creciendo y llega a más de 81 Mil Millones de pesos el año 2014”³

La razón por la que Latercera.com fue escogida, dice relación con ser uno de los primeros intentos por “actualizarse” de un medio tradicionalmente escrito.

³ Estudio “Inversión Publicitaria online cifras globales y de Chile 2014”. Disponible en: <http://www.iab.cl/inversion-publicitaria-online-global-local-2014/>, consultado el 2 de agosto de 2015.

La historia de La Tercera en plataformas digitales se remonta al Diario Electrónico de Copesa, que nace el 18 de noviembre de 1994, por iniciativa del gerente general Juan Carlos Larraín. Fue uno de los primeros sitios web informativos del mundo y heredero del Diario Electrónico homónimo, para el sistema telemático llamado Navegante, de la Compañía de Telecomunicaciones de Chile (CTC, posteriormente Telefónica Chile y actualmente Movistar).

Juan Carlos Camus fue quien encabezó el proceso como director de medios digitales de Copesa para llevar a la red al periódico, junto con las empresas Unlimited y Tecnonáutica. El 1 de junio de 1997 haría su debut en la web La Tercera Internet, con una mera digitalización de contenidos del diario impreso.

Este importante pasado histórico ha generado la confianza de muchos avisadores para escoger el portal web de La Tercera, como un canal fundamental para dar a conocer sus campañas publicitarias. De hecho, durante Enero a Mayo de 2013, se ubicó en el segundo lugar de las preferencias de las empresas, para promocionar sus productos, justo después de Google. Teniendo clientes como Claro (compañía de Telecomunicaciones), quien prefirió mostrar la mayoría de sus campañas en La Tercera (44%), LAN (aerolínea chilena), que marcó su preferencia por La Tercera con un 35%, al igual que el Banco BBVA.⁴

Por todo lo anteriormente señalado, el nuevo desafío de este medio de comunicación escrito a analizar, por lo tanto, es que se ve en la obligación de adaptarse rápidamente a los cambios y las exigencias reflejadas en el consumo mediático de sus audiencias. Las preferencias de los lectores cambian continuamente y este medio fabrica innovadoras propuestas, generalmente relacionadas con la interactividad, para seguir siendo consumidos por los usuarios.

⁴ Datos extraídos de Admetricks.com. Período comprendido entre Enero a Mayo de 2013. Disponible en: <http://admetricks.com/blog/los-medios-online-preferidos-por-los-avisadores-en-chile/> Consultado el 9 de agosto de 2015.

“Dentro del proceso de profunda transformación que viven los medios, quienes tienen la responsabilidad de timonear en la tormenta, les resulta verdaderamente difícil discernir el cambio de comportamiento en los usuarios. En términos de gestión, la clave está en comprender cómo deben ajustarse las capacidades, los procedimientos y las herramientas que vertebran la relación con sus usuarios durante este proceso de profunda transformación en los comportamientos y en los consumos culturales” (Igarza et al., 7).

1.1 Pregunta de investigación y objetivo general

En este punto, cobra importancia el estudio y la motivación de la presente investigación, la que se guiará por la siguiente pregunta:

- ¿Cómo ha sido la evolución de Latercera.com, desde el año 2000 hasta el primer semestre del 2015, en el contexto de la convergencia digital y la masificación del acceso a Internet en Chile?

Por tanto, nuestro objetivo general es:

- Describir la evolución de Latercera.com, desde el año 2000 hasta el primer semestre del 2015 en el contexto de la convergencia digital y la masificación del acceso a Internet en Chile.

1.2 Objetivos específicos:

- Identificar las dimensiones propias de un sitio web, con el objetivo de delimitar el análisis específico dentro del que se puede manifestar la convergencia digital y el ciberperiodismo, es decir, las diferencias entre un medio impreso y uno digital.

- Caracterizar los recursos dentro de cada dimensión de un sitio web que pueden desplegarse en la interfaz de Latercera.com, con tal de contabilizarlos, estableciendo tendencias, a modo de gráficos, en el período indicado.
- Describir los cambios en la utilización o desaparición de recursos web para la entrega informativa o de interacción con los usuarios, presentados en la interfaz del Latercera.com durante el periodo establecido.

Capítulo II - Marco teórico

El presente trabajo se encuentra enmarcado en la gran teoría del determinismo tecnológico, con su derivación en la participación activa de la audiencia, que dialoga con el paradigma informacional de la Sociedad Red y la digitalización de contenidos. En ese sentido, asociamos los cambios de un medio de comunicación escrito a un soporte digital y sus sucesivas innovaciones en su portal web dentro del fenómeno particular de la masificación del acceso a Internet y la expansión de la tecnología.

“Se nos dice que: 'eso' aparece ante nosotros como una fuerza irresistible, un dinamismo alterador del mundo que transformará nuestros trabajos, revolucionará nuestras familias y educará a nuestros hijos. También cambiará la agricultura y la medicina de métodos tradicionales y modificará los genes de organismos vivos, quizá incluso el organismo humano. Enfrentados con 'eso' no hay ninguna alternativa, no queda sino aceptar lo inevitable y celebrar su venida. De: ahora en adelante 'eso' decidirá nuestro futuro. El 'eso' de estas frases es, por supuesto, la tecnología (Winner, 55).

McLuhan fue uno de los primeros en afirmar que la radio, los teléfonos, la televisión y otras formas de medios tecnológicos han reemplazado a los libros como la tecnología dominante de la comunicación. En esta “Etapa Eléctrica”, que forma la aldea global, “ya no podemos construir en serie, bloque por bloque, paso a paso, porque la comunicación instantánea asegura que todos los factores del medio ambiente y la experiencia co-existan en un estado de interacción” (McLuhan y Fiore, 63).

Este mismo autor afirma que los medios son la esencia de la vida civilizada, que las formas dominantes de los medios dados en cualquier tiempo de la sociedad, forma y determinan los sentidos de los humanos y dan la base para la organización social y la vida colectiva (ibidem). Es lo que nosotros denominamos como la evolución de los medios tradicionales a nuevos mecanismos de

comunicación: la llegada del Internet y la masificación de éste son las razones principales.

2.1 Interfaces: espacio de interacción humano-objeto

La teoría del determinismo tecnológico sostiene que la tecnología forma el pensamiento de los individuos, cómo sienten, actúan, y cómo las sociedades se organizan y operan. Todo esto se realiza a través de las interfaces, un concepto que suele asociarse a los sitios web o programas informáticos, sin embargo, ésta no es mas que "la superficie o el lugar de interacción entre dos sistemas diferentes, no necesariamente tecnológicos [...] La superficie de contacto entre la mano y el martillo pertenece al universo de la interfaz, así como los objetos virtuales representados en la superficie de las pantallas interactivas" (Scolari, 42-44).

Gracias a este lugar de interacción humano-objeto, muchas tareas cotidianas se ven facilitadas o se plantean alternativas a éstas, llegando al planteamiento del determinismo tecnológico. Lo que es más, al darse este acostumbramiento, la tecnología tiende a fundirse con el cuerpo del usuario, se convierte en una extensión. Mantovani lo dice de la siguiente manera: "cuando comemos, nuestra atención se concentra en la comida y no en el tenedor" (65). O cuando se trata de maquinaria más compleja: "conducir un automóvil se vuelve tan natural como caminar, el vehículo se convierte en una parte tan controlada de nuestro cuerpo como lo puede ser cualquier otro miembro" (Norman, 332).

De manera que las interfaces siempre nos rodearon y debido a su misma efectividad es que las olvidamos o pasamos por alto, se sentían parte de nuestro propio cuerpo y estaban al alcance de la mano; y por supuesto, con la llegada de las tecnologías digitales, el campo de estudio se expandió a la interacción persona-ordenador (Scolari, 24), lo que finalmente implicó a los sitios web. Pero abordaremos esto más adelante, por ahora continuemos atendiendo la tecnología

más bien tradicional, la que dio origen a los postulados del determinismo tecnológico.

El autor ya citado creía que la verdadera naturaleza de los medios se encontraba en la manera en cómo éstos influenciaban nuestros sentidos. En definitiva, el medio es el mensaje, como decía McLuhan, ya que el soporte en el que se entrega la información juega un rol fundamental en la comprensión de ésta.

Esta misma idea es reforzada por Vera (4):

“Los sujetos son agentes activos que intercambian significado y sentido (Habermas), pero también son actores que participan de un sistema social (autopoyético y recurrente, como diría Maturana y Luhmann) que tiene reglas de convivencia (comunicación, referencias, códigos), que incluyen el entorno social, los dispositivos mediales, las estructuras y reglas económicas, culturales o políticas. De esta manera, el mercado, el estado, las instituciones educacionales y mediales, las diferentes audiencias... son presencias que condicionan las acciones de los sujetos”.

Por su parte, McLuhan y Fiore (41) agregan que “los medios de comunicación, alterando el medio ambiente, nos evocan en sentido único de los ratios de percepciones. La extensión de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y actuar de la forma en que percibimos el mundo. Cuando estas relaciones cambian, los hombres cambian”.

2.2 Los inicios de la convergencia digital

El autor anteriormente citado presenta una visión incipiente de lo que se avecinaba: la convergencia digital. Un medio es un soporte de comunicación. En los medios tradicionales como la prensa escrita, radio, cine y televisión, nacieron nuevos mecanismos de comunicación como los computadores, Internet, video digital, televisión de alta definición, etc. La combinación de todas estas tecnologías de la comunicación en un solo mecanismo de soporte, puede ser llamado en otros términos Integración de multi tareas, Multimedia o convergencia digital.

Es lo que McLuhan y Powers denominan como “Red de medios globales”, en su texto *la Aldea Global* (174):

- “a) Transmisión instantánea de diversos medios sobre una base global: alimentación y contra-alimentación planetaria y simultánea.
- b) Desgasta la capacidad humana para codificar y decodificar en tiempo real.
- c) Recupera la Torre de Babel: voz grupal en el éter.
- d) Se convierte en pérdida de especialidad; tierra programada”.

Además, este autor agrega que "hoy estamos empezando a notar que los nuevos medios de comunicación no son simplemente trucos mecánicos para crear mundos de ilusión, pero nuevos idiomas con nuevos y únicos poderes de expresión." (McLuhan, 236-237)

Camus (a, 11), por su lado, comenta que:

“aunque la disciplina de la interacción persona-máquina (Human Computer Interaction) está respaldada por varias décadas de investigación (enriquecida por los aportes de la ergonomía, el diseño, la usabilidad, la accesibilidad, la arquitectura de la información, entre otras) hoy ha adquirido más relevancia que nunca. Mientras mayor es la cantidad de dispositivos con los que interactuamos diariamente, más relevante es contar con herramientas y metodologías que nos ayuden a conseguir un uso intuitivo y satisfactorio del mundo digital”.

Los antecedentes de esta disciplina de investigación -sociedad red y determinismo tecnológico- vieron sus primeras luces en el siglo XX y siguen hasta nuestros días. Las nuevas tecnologías de la comunicación construirán una nueva cultura a través de la consolidación del Internet, mediante el fenómeno de la convergencia digital (Carrasco & Saperas, 963-964).

A través de los años, se han elaborado distintas visiones de este paradigma tecnológico, con enfoques del Internet como un fenómeno autónomo, donde los individuos asumían su uso sumisamente:

“Participatory journalism is closely associated with the question of who gets to create, edit, and comment on news content, an authority that traditionally has belonged to journalists according to the so-called we write*you read dogma (Deuze, 2003; Singer, 2006). According to Singer, media corporations and their employees have historically controlled the gathering, processing, and access to news, this monopoly being a pillar of the journalistic profession” (El periodismo participativo es estrechamente asociado con la pregunta por quién es el que crea, edita y comanta los contenidos noticiosos, una autoridad que tradicionalmente ha pertenecido a los periodistas, de acuerdo con el llamado dogma de nosotros escribimos*ustedes leen (Deuze, 2003; Singer, 2006). Siguiendo a Singer, históricamente las corporaciones mediáticas y sus empleados han controlado el acopio, procesamiento y acceso a las noticias, siendo este monopolio un pilar de la profesión periodística) (Karlsson, a, 69).

Sin embargo, el enfoque del determinismo tecnológico escogido, postula una fuerte incidencia de los avances de la tecnología en la vida diaria y el rumbo que toma la historia, ejemplos de esto son las revoluciones industriales o la misma invención de la imprenta. Situación que vuelve a poner en jaque el dogma al que alude Karlsson.

Si pensamos que los avances en las herramientas están destinados a facilitar las tareas diarias o expandir las posibilidades de desarrollo, se asocia también que ésta moldea de alguna forma los procesos productivos. “La tecnología determina (o influye de forma decisiva en) el curso de la historia (...). Que como escribía Marx en La miseria de la filosofía, ‘el molino a brazo os dará la sociedad con señor feudal; el molino a vapor, la sociedad con el capitalismo industrial” (Diéguez, 69).

Winner cree que nuestra tecnología actual es muy poderosa y está reconstruyendo por completo las condiciones de la existencia humana. Cree además que, lejos de ser neutral, la tecnología e incluso los propios artefactos, tienen implicaciones políticas y valorativas, creando en su despliegue nuevas 'formas de vida', reestructurando los roles y relaciones sociales (...) Pero Winner cree también, que las fuerzas sociales pueden moldear la tecnología. Por ello propone, como no podría hacerlo un determinista estricto, “tratar de imaginar y

procurar construir regímenes técnicos que sean compatibles con la libertad, la justicia social y otros fines políticos clave (Winner, 73)".

Aparte de los ejemplos en que Diéguez cita a Marx, también podemos apoyarnos en el proceso de ensamblaje de Ford, que en cierta medida contribuyó no sólo a que gran parte de la población tenga un vehículo, pues por consiguiente tuvo un impacto de contaminación en el medioambiente y otros efectos colaterales. Así es como muchos de los artefactos de los que se hace uso, directa o indirectamente, tienen un rol aparentemente decisivo en el destino de la humanidad.

Sin embargo, hay una visión de Marx que McLuhan no comparte: "Toda tecnología tiende a crear un nuevo medio ambiente o 'galaxia' que no funciona como mero receptáculo pasivo, sino por el contrario, opera como un proceso activo que da nueva forma tanto al hombre, como a otras tecnologías. El autor crítica a Darwin y a Marx que con las teorías de la evolución, el causalismo decimonónico y la idea romántica de la naturaleza como medio, ignoraron los ambientes artificiales creados por el hombre. Las prolongaciones del hombre con sus consiguientes ambientes, son la zona principal en que se manifiesta el proceso evolutivo" (Colina, en Internet).

Manuel Castells afirma la misma idea, pero haciendo un hincapié mayor en la convergencia digital, esto es, la capacidad de consumir distintos formatos (audiovisuales, visuales, auditivos y texto) en un mismo aparato -como esbozaba McLuhan-: "la integración de varios modos de comunicación en una red interactiva. O, en otras palabras, la formación de un supertexto y un metalenguaje que, por vez primera en la historia, integran en el mismo sistema las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación humana" (a, 359-360).

Salaverría, por su parte, agrega que "cabe identificar al menos tres grandes abordajes teóricos a la hora de definir la convergencia en los medios de

comunicación (Salaverría, García Avilés y Masip, 2008): quienes la definen, respectivamente 1) como una confluencia de tecnologías, 2) como un sistema y 3) como un proceso” (b, 4)

Entonces, el alcance que este trabajo pretende hacer entre dicha teoría y la importancia de la investigación en función de las dimensiones web de un sitio informativo en Chile, radica en que las nuevas formas de acceder a los contenidos mediáticos determinadas por las nuevas tecnologías, han cambiado la manera en que se entrega la información al consumo del “cibernauta”, por lo que los productores de medios de comunicación deben adaptarse a este nuevo panorama para mantenerse acordes a lo que la audiencia demanda o para explorar las posibilidades que ofrece este nuevo soporte.

El mismo Castells reafirma esta postura, siguiendo las líneas del paradigma del determinismo tecnológico, dado que:

“los modos de desarrollo surgen de la interacción entre los descubrimientos tecnológicos y la integración organizativa de dichos descubrimientos en los procesos de producción y gestión. (...) Así las nuevas tecnologías de la información, transforman el modo en que producimos, consumimos, administramos, vivimos y morimos. No por sí mismas, desde luego, pero sí como poderosas mediadoras de un conjunto más amplio de factores que determinan el comportamiento humano y la organización social” (b, 35-45).

2.3 Organización de los contenidos en Internet: Arquitectura de la información

Específicamente con el Internet, la entrega de contenidos tiene un ordenamiento distinto de las versiones físicas, muy ligado a la informática. Esto:

“se desarrolla a partir de una arquitectura informática abierta y de libre acceso desde el principio. Los protocolos centrales de Internet TCP/IP, creados en 1973-78, son protocolos que, se distribuyen gratuitamente y a cuya fuente de código tiene acceso cualquier tipo de investigador o tecnólogo. (...) Los productores de la tecnología de Internet, fueron

fundamentalmente sus usuarios, es decir, hubo una relación directa entre producción de la tecnología por parte de los innovadores pero, después, hubo una modificación constante de aplicaciones y nuevos desarrollos tecnológicos por parte de los usuarios, en un proceso de *feedback*, de retroacción constante, que está en la base del dinamismo y del desarrollo de Internet” (Castells, c, 2).

Los sitios web deben tener la habilidad de mantener al usuario conectado, pendiente de la noticia minuto a minuto, utilizando todos los recursos que tenga a su disposición para captar la audiencia, Juan Carlos Camus es un pionero en la construcción de un sitio web en Chile, en específico de Latercera.com, el sitio que pretendemos analizar.

A pesar de que el primer diario digital conocido en Chile fue “La Época Internet”, a mediados del año 1996, éste aún no abarcaba las dimensiones de un sitio web completo, ya que el Internet como herramienta abierta al público, era de carácter incipiente y de difícil acceso masivo.

“Una respuesta llegó con el lanzamiento de 'La Tercera Internet' a partir del segundo semestre de 1997, cuando dicho sitio ofreció actualizaciones similares a las de su competidor, pero a esa capacidad agregó una sección de foro de los lectores, relacionado con las noticias publicadas. La apertura de esa posibilidad motivó la creación de una comunidad 'de facto' la cual interactuaba habitualmente, generando una notable adhesión al sitio. Esta se vio reflejada en los buenos lugares conseguidos por 'La Tercera' en las primeras encuestas de uso de Internet en Chile, desarrolladas por la Universidad de Chile” (Camus, a, 2).

Elaborar un sitio web, es más que ordenar una información usando la pirámide invertida del periodismo, temas de prioridad o interés general, tampoco es sólo buscar una imagen llamativa. Existen técnicas y estudios a lo largo del tiempo, que se han dedicado a investigar las preferencias de los usuarios, por medio, por ejemplo, del *eyetracking*:

“is simply following the trail of where a person is looking. With current technology, it is fairly easy to observe the path where users look on a computer screen. Eyetracking equipment can be built into the computer

monitor, and eyetracking software can keep track of what's displayed on the screen while the user is looking at it" (es simplemente seguir la ruta de donde la persona está mirando. Con tecnología actual, es relativamente sencillo observar el camino por donde los usuarios miran la pantalla de un computador. El equipamiento para llevar a cabo el *eyetracking* puede ser construido en el monitor del computador, y el software del *eyetracking* puede mantener la pista de lo que es desplegado en la pantalla mientras el usuario está mirándola) (Nielsen y Pernice, 3).

En otras palabras, "las técnicas de *eyetracking* tienen un gran potencial de aplicación en una amplia variedad de disciplinas y áreas de estudio, desde el marketing y la publicidad hasta la investigación médica o la psicolingüística, pasando por los estudios de usabilidad. En esta última clase de estudios, el objetivo es determinar la forma en la que el usuario explora visualmente la interfaz a través de la que interactúa con el sistema" (Hassan et al., en Internet).

Camus (a, 1), postula en uno de sus ensayos que "a medida que el uso de la Internet como medio de comunicación ha ido avanzando, los periodistas han ido evolucionando sus formas de utilizar este nuevo medio para informar. No obstante, el hecho de que el lector se transforme en un usuario de computador, abre nuevos desafíos para el periodismo, especialmente porque esta plataforma exige que las noticias sean interactivas. Probablemente éste sea un buen momento para enfrentar este tema y, de paso, formular cuál debe ser el rol del periodista en Internet".

A su vez, "dentro del proceso de profunda transformación que viven los medios, quienes tienen la responsabilidad de timonear en la tormenta, les resulta verdaderamente difícil discernir el cambio de comportamiento en los usuarios. En términos de gestión, la clave está en comprender cómo deben ajustarse las capacidades, los procedimientos y las herramientas que vertebran la relación con sus usuarios durante este proceso de profunda transformación en los comportamientos y en los consumos culturales" (Igarza et al., 7).

La clave u objetivo principal, está en saber como estructurar la información: lo que en términos informáticos llamaremos "arquitectura de la información" dentro de un sitio web. Pero para ello, primero debemos definir qué es la usabilidad y accesibilidad de un sitio web: "La importancia del diseño de la aplicación se basa en que éste será el que modele la interacción entre usuario y aplicación, y por tanto posibilitará o no la consecución de los objetivos perseguidos por el usuario (encontrar información, comprar, comunicarse, aprender...)" (Hassan et al., en Internet).

La Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés), define la usabilidad como el "grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos, en contextos de uso específicos" (Hassan et al., en Internet). Estos mismo autores entienden que la usabilidad engloba dos conceptos esenciales para su expedito empleo en los portales web:

"A. Atributos cuantificables de forma objetiva: como son la eficacia o número de errores cometidos por el usuario durante la realización de una tarea, y eficiencia o tiempo empleado por el usuario para la consecución de una tarea.

B. Atributos cuantificables de forma subjetiva: como es la satisfacción de uso, medible a través de la interrogación al usuario, y que tiene una estrecha relación con el concepto de Usabilidad Percibida".

Como se indica en la definición, la Usabilidad de una aplicación debe ser entendida siempre en relación con la forma y condiciones de uso por parte de sus usuarios, así como con las características y necesidades propias de estos usuarios. Un diseño no es en sí mismo usable: "lo es para usuarios específicos en contextos de uso específicos" (Hassan et al., en Internet).

Por otro lado, un concepto íntimamente ligado al de usabilidad es el de accesibilidad. Éste ya no se refiere a la facilidad de uso, sino a la posibilidad de acceso. En concreto a que el diseño, como prerrequisito imprescindible para ser usable, posibilite el acceso a todos sus potenciales usuarios, sin excluir a aquellos

con limitaciones individuales -discapacidades, dominio del idioma, - o limitaciones derivadas del contexto de acceso -software y hardware empleado para acceder, ancho de banda de la conexión empleada, etc.-. “Se da la paradoja de que mientras que un diseño usable requiere delimitar a su audiencia potencial con el fin de diseñar para lo concreto, un diseño accesible implica la necesidad de diseñar para la diversidad y heterogeneidad de necesidades de acceso presentadas por esta audiencia específica" (Hassan et al., en Internet).

Cuando la audiencia para la que se diseña es muy amplia y presenta necesidades de acceso muy diferentes, normalmente se hace necesaria la puesta a disposición de varias versiones del diseño o un diseño adaptable, como son las conocidas "versiones solo texto" o versiones en varios idiomas” (Hassan et al., en Internet).

En esta perspectiva, es que cobra importancia el concepto de “arquitectura de la información”. Siempre contextualizado en los aspectos que todo sitio web -el cual pretenda ser efectivo e influir en sus audiencias (captar la preferencia del público)- debiera tener: la usabilidad y accesibilidad.

“Aunque para la mayoría de los usuarios 'la interfaz es la aplicación' puesto que es la parte que ven y a través de la cual interactúan (...), debemos entender que la usabilidad de la aplicación depende no sólo del diseño del interfaz, sino también de su arquitectura -estructura y organización-, en otras palabras, del componente no visible del diseño” (Hassan et al., en Internet).

Folmer y Bosch (69) estudian este hecho en aplicaciones software, concluyendo que el diseño a nivel de arquitectura tiene una gran influencia en la usabilidad del sistema. En el entorno Web, que es el que nos ocupa en este artículo, la Arquitectura de la Información (AI) es un enfoque de diseño que ha cobrado especial relevancia estos últimos años por esta misma razón.

La AI es definida como el arte y la ciencia de organizar espacios de información con el fin de ayudar a los usuarios a satisfacer sus necesidades de información. La actividad de organizar comporta la estructuración, clasificación y rotulado de los contenidos del sitio web (Toub, 8).

2.4 La interfaz como espacio de interacción digital

Vistos estos aspectos de la AI, es cuando las interfaces vuelven a tomar importancia, ya que esta disciplina, de alguna manera, versa sobre la distribución de la información de manera tal que al usuario le resulte fácil acceder a ella. En otras palabras, crear un espacio de interacción humano-computador amigable.

"La interfaz ya no es considerada un dispositivo de hardware (la parte material) sino un conjunto de procesos y convenciones que permiten la comunicación entre el hombre y las máquinas digitales. La interfaz se presenta así como una especie de gramática de la interacción entre el hombre y la computadora" (Scolari, 42). Así será como la interfaz, tanto de softwares como de sitios web, se convertirá en el despliegue de distintos elementos visibles en la pantalla de la máquina digital con los que el usuario podrá interactuar.

Y al cumplirse la característica de las interfaces de fundirse con el usuario, sirviendo como apéndices, el computador se convierte en "una extensión artificial de nuestro intelecto, inventado por los seres humanos para extender sus procesos de pensamiento" (Norman, 341). Vale decir, la AI se ocuparía de ofrecer un espacio agradable de utilizar para esta extensión de los pensamientos del hombre, manifestados en el apéndice tecnológico, la interfaz.

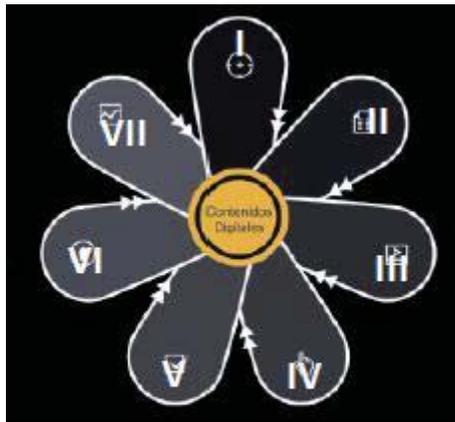
Ahora bien, acotándolo a un sitio web noticioso, la extensión no se trataría tanto de procesos de reflexión, sino que de los sentidos, de la experimentación de la actualidad. Después de todo, una de las funciones del periodismo es acercar la

realidad a quienes, por motivos de tiempo o distancia -entre otros-, no pueden presenciarla. Y el mundo puede ser reportado en una interfaz web.

Por lo demás, hay otros dos aspectos de la AI que merece la pena resaltar: la recuperación de la información, una correcta arquitectura para facilitar al usuario la búsqueda de ésta, lo que se consigue a través de índices, clasificaciones y taxonomías y metadatos encriptados -lo que se denomina "encontrabilidad"- para motores de búsqueda, entre otros; y el diseño a nivel conceptual, técnicas de ingeniería de la usabilidad, diseño de interfaces y de información (Hassan et al., en Internet).

2.5 Modelo margarita, una propuesta de creación de sitios web

Para la creación de un sitio web, Camus plantea un modelo "margarita", en una metáfora para la forma que tomaría el proceso de elaboración de cualquier plataforma web, en la que cada pétalo representa una fase (ver figura 2 - 1: Modelo margarita).



**Fig. 2 - 1: Modelo Margarita
(tomado de Camus, b, 36)**

Las fases son las siguientes:

I - Definir: Etapa inicial, en la que se determinan las características básicas del producto, como público objetivo, temática y diseño, entre otros.

II - Crear: Búsqueda, detección, preparación e incorporación de nuevos contenidos al proyecto.

III - Mediatizar: consiste en recopilar, elaborar y preparar aquellos contenidos que se ofrecerán a través de medios diferentes al texto en la pantalla (por ejemplo: audio, video, sistemas interactivos, etc.). que se incorporarán en el proyecto digital. Además, se pueden aplicar normas de accesibilidad, para personas con capacidades diferentes.

IV - Interactivar: Es la etapa en que se define la interacción que tendrá el producto que se construye y se elaboran las propuestas de acción que se ofrecerán a partir de los contenidos que se hayan generado.

V - Envasar: preparar técnicamente el contenido para ser publicado y por lo tanto, respetando los estándares definidos para la plataforma en que se esté trabajando.

VI - Publicar: se pone a disposición de los usuarios todo lo que se ha preparado a través de las etapas anteriores.

VII - Gestionar: Es la etapa final del modelo y consiste en la revisión de lo realizado a la luz de las estadísticas de visitas que se producirán a partir del uso que le den los usuarios a lo publicado (Camus, b, 38-39).

2.6 Consecuencia del soporte digital: liquidez de la información

En 2015, la investigación de las características de un sitio web informativo como “Latercera.com”, son siempre llamativos e innovadores, ya que los sitios web tienen una propiedad especial que autores como Karlsson definen como “liquidez” de los portales de noticias. Sin embargo, aún no se ha logrado un consenso claro de la definición de “liquidez”, usado para determinar el proceso de

cambio y modificaciones constantes de los sitios web conforme a los “aspectos” de éste.

“Most of the studies addressing the liquid and dynamic nature of online news content have done so only broadly without making any conspicuous attempt to provide details about it. While this can certainly assure accuracy, the lack of detail with respect to liquid news makes it a difficult phenomenon to investigate empirically. Other studies have managed to be somewhat more specific and have connected the concept of liquid news and associated terms with established facets of online news (interactivity, immediacy, multimodality and hyperlinks), although without explicitly defining or explaining what liquid news is” (Muchos de los estudios que abordan la liquidez y naturaleza dinámica de los contenidos noticiosos *online* lo han hecho sólo en términos generales y sin hacer ningún intento remarcable por dar detalles al respecto. Pese a que esto puede garantizar la precisión, la falta de detalle respecto a las noticias líquidas lo hace un fenómeno difícil de estudiar empíricamente. Otros estudios han logrado ser un poco más específicos y han conectado el concepto de noticias líquidas y asociado términos con facetas establecidas de las noticias online (interactividad, inmediatez, multimedialidad e hipervínculos), aunque sin definir o explicar qué es la noticia líquida) (Karlsson, a, 386).

Si bien no existe consenso en torno al concepto de liquidez, la idea principal es el cambio constante, haciendo la metáfora de que los líquidos adquieren la forma de su recipiente. De esta manera, los sitios web serían “líquidos” en el sentido de que se actualizan constantemente para adaptarse a un recipiente, que perfectamente podrían ser las necesidades o exigencias del medio o de la audiencia.

Es en este nuevo contexto de convergencia digital, cuando nacen los hipertextos, “escritura distintas posibilidades de información complementaria” (Antonio López, 213). O como lo definiría Camus (b, 22):

“permite que mediante un elemento destacado en una página, se pueda hacer una relación directa con otro mediante el clic del mouse o dispositivo apuntador que se disponga. Lo interesante de este estándar es que opera sobre la Internet y no requiere de un equipamiento especial para conseguir esta forma de operación, como tampoco existen límites geográficos para hacerlo; incluso, se trata de un comportamiento tan

esperado que los contenidos sólo se entienden completos cuando se ofrecen dichos vínculos”.

Esta nueva modalidad también abre la posibilidad de consumir la información en diversos formatos –oral, escrito y audiovisual-, todo unido a través de un hipervínculo al final del texto, permitiendo un cierto grado de interactividad con el lector. Así, la lectura de reportajes y otros géneros periodísticos se hace más selectiva, lo que le cede una buena cuota más de participación del proceso comunicativo a la audiencia.

Relacionado directamente con la inmediatez en la entrega de información, que aunque el sitio web de La Tercera, no tenga elementos intermitentes (pop-ups) incorporados, sí recomienda notas para una mejor contextualización del usuario o la ubicación de noticias “minuto a minuto” o “más vistas”, para incentivar el click de los usuarios. Camus lo denomina “actualización” del sitio web:

“Es la capacidad de que los contenidos se renueven permanentemente y en forma simple y económica para el usuario, quien no tiene necesidad de adquirir un nuevo ejemplar de un medio para ver lo último, sino que basta con acceder al lugar donde esté ubicado en la red, para revisar la versión actual. Además se puede indicar que los contenidos de este tipo no tienen la lógica de la “hora de cierre” o del “documento definitivo” de los textos en papel. Puede ser corregido en todo momento, por lo que su contenido puede tener mutación permanente. De allí que muchas aplicaciones web hayan adquirido el apellido “beta” para indicar la connotación de que están en permanente estado de desarrollo” (b, 18).

Así lo afirma Karlsson en este nuevo desafío del periodismo en la era tecnológica:

“The journalistic profession has traditionally had a monopoly in regard to news production due to the presence of one-way communication. Different modes of interactivity have challenged that monopoly, and consequently the journalistic profession’s norms and practices, which traditionally kept users at a distance from news production (Matheson, 2004; Paulussen, 2004; Schultz, 1999) (La profesión periodística tradicionalmente ha tenido un monopolio en cuanto a la producción de noticias debido a la presencia de una comunicación en una vía. Diferentes modos de interactividad han desafiado

este monopolio y, consecuentemente, las normas y prácticas de la profesión periodística, lo que tradicionalmente mantiene a los usuarios alejados de la producción de noticias)” (b, 70).

2.7 Dimensiones propias de un sitio web

Además de la encontrabilidad, explicada con anterioridad, y la inmediatez, aquella que da esa sensación de liquidez al sitio web; la interacción es otro de los aspectos clave de estos medios de comunicación digitales. Será fundamental de un portal web que pretenda mantenerse vigente en la época actual, en este caso particular, la página web informativa de La Tercera.com.

Esta característica es útil al relacionarse directamente con la audiencia del medio, permitiendo modificaciones de acuerdo a sus preferencias (Camus, a, 17) y es también donde se relaciona con la teoría del determinismo tecnológico -al menos en la variante empleada en esta investigación, la que postula al usuario como un ente activo-, pues al darse este vínculo es que ambas partes, humano y objeto, determinan sus comportamientos.

Steve Outing, uno de los pioneros del periodismo digital de Estados Unidos, planteaba que “dejar que la audiencia haga algo y sea parte de la noticia, es algo que otros medios generalmente no pueden hacer. La Internet y el Web son interactivos por naturaleza, y para que Internet tenga éxito como medio masivo, debe aprovechar sus fortalezas sobre los otros medios” (en Internet).

2.8 El hipertexto, la base de los contenidos internáuticos

El Internet ya inundó gran parte del mundo actual. El acceso a éste ya es de carácter masivo, lo hemos visto en los distintos estudios al respecto (en cuanto a dispositivos móviles y redes fijas) y la preferencia por informarse a través de portales web, que es una tendencia en aumento. Por consiguiente es que los

hipertextos y multimedios -entre otros-, como forma de consumo mediático, están presentes en el día a día en gran medida.

Sin embargo, y como se mencionaba antes, esto plantea nuevos desafíos para la producción mediática, pues la necesidad de adecuarse al nuevo formato del hipertexto se acerca cada vez más a la realidad de los medios. Cada vez se leen menos diarios impresos, incluso la lectoría de noticias en los computadores ha ido en disminución, debido a la aparición de *gadgets* con acceso a Internet aún más portátiles que los *notebooks*, como los *smartphones*. Cerca de un 5% de la población mundial tiene acceso a Internet exclusivamente desde el teléfono móvil (Martínez, 3).

En este nuevo panorama tecnológico, es necesario reescribir el modo de hacer prensa valiéndose de las mismas mutaciones que se han dado en los medios, este nuevo protagonismo mediático de Internet como el medio de comunicación principal que permite la hibridación de los distintos tipos de formatos (escrito, oral y audiovisual).

Los hipertextos, en su dimensión de textos que dirigen a nuevos textos a elección del lector (Antonio López, 73), no sólo remiten a otros escritos, también pueden ofrecer otras opciones como cuñas grabadas en audio, videos del acontecimiento narrado o fotografías del mismo. La historia periodística, en la acepción inglesa *story*, no tiene porqué enmarcarse en un solo formato; es entonces cuando entra en juego el concepto de convergencia digital ya citado anteriormente.

Con cierto pesimismo, Giovanni Sartori (60) afirma en su *Homo Videns* que:

“las posibilidades de Internet son infinitas, para bien y para mal. (...) Pero el objetivo final no es Internet; es el «cibermundo» profetizado y promovido, más que por cualquier otro autor, por Nicholas Negroponte. En su libro *El mundo digital* (1995), el nuevo paso del progreso se resume así: en el mundo digital, el que recibe puede elaborar la información

«reseteándola» como quiera, con lo que el control formal sobre el mensaje se individualiza, se hace suyo. Consigue, así, una «cibernavegación».

Dicho de otra forma, el Internet no es el fin en sí, sino que lo es aquello que pueda envasar dentro de él como medio de comunicación. Aparentemente, se trataría del escenario ideal para este “hombre que ve” que postula Sartori, aquel consumidor de medios que no se conforma con sólo una manera de informarse. El lector actual, ávido de información, exige el menú completo -por decirlo de alguna forma-, lo que incluye cuantos formatos sea posible.

Ahora bien, ese vaticinio de Negroponte que Sartori indica es aludido en *We Media*: “In his 1995 book *Being Digital*, Nicholas Negroponte predicted that in the future, online news would give readers the ability to choose only the topics and sources that interested them (En su libro de 1995 *Being Digital*, Nicholas Negroponte predijo que en el futuro, las noticias online le darán a los lectores la habilidad para escoger sólo los temas y fuentes que les interesaran)” (Bowman y Willis, 7).

2.9 Los cibermedios estudian a sus audiencias

Contemplando la referencia a la participación de la audiencia en la interacción con el sitio web, podemos entrar en la teoría de los Usos y Gratificaciones, pues “forman una perspectiva de comunicación psicológica que desplaza el foco del interés de la investigación (...) para conocer qué uso hace la sociedad de los media. (...) La perspectiva psicológica subraya el uso y elección individuales” (Rubin, 556).

Por tanto, la audiencia juega un papel relevante -aunque relativamente indirecto- y elige qué consumir dentro de lo expuesto por los medios. Éstos eventualmente se dan cuenta de las preferencias a través de las visitas y *clicks* realizados en sus noticias. Y qué mejor momento para afirmar esto, que una

realidad en la que los mismos contenidos de Internet favorecen estas elecciones a través de sus mutaciones y utilización de otros recursos web agregados.

Esta teoría tiene como objeto de estudio el uso que las audiencias le dan a los medios de comunicación para satisfacer diversas necesidades, una vez derribada la creencia de que los medios eran entidades omnipotentes que tenían influencia absoluta e incuestionable sobre sus consumidores. Entre estas necesidades gratificadas, propuestas por Katz, se encuentran: “-a) Diversión: escape a la rutina y carga de problemas (...) -b) Relaciones interpersonales: compañía sustituta así (...) información útil en reuniones sociales -c) Identidad personal o psicología individual: incluyendo la referencia personal (...) -d) Vigilancia del entorno: información sobre cosas que podrían afectar a la persona” (tomado de Montesinos, 12).

Dependiendo de la necesidad a satisfacer, cada individuo dentro de la audiencia elegirá aquello que desee ver y desechará aquello que no le sea de interés. Todo esto afirmado en la primera mitad del siglo XX, luego vaticinado a finales del mismo y, hoy por hoy, cumplido ante la vista y experiencia de cada uno de nosotros. Ahora es cuando la teoría de los Usos y Gratificaciones y el determinismo tecnológico logran una relación, puesto que todas las nuevas tecnologías han cambiado la forma de consumir medios -vale decir, la audiencia está gratificando sus necesidades de información y entretenimiento, entre otros, de manera distinta a como lo hacían con el soporte impreso- y por eso éstos toman distintos caminos para lograr su cometido de gratificar las necesidades de la audiencia.

“Studying news websites’ front pages is therefore likely to help increase the understanding of the extent to which they allow user participation in their key publishing windows, thereby measuring the prominence of user participation (...). This means that allowing users to write the text, supply images, videos, graphics, or some combination of these, set the headlines, and place such news items on top of the front page without much intervention from journalists would produce different implications for the concept of user empowerment, as well as journalistic practices and

norms, than simply posting comments on the website's forum or uploading movies of their pets on an affiliate site" (Es probable que estudiar las páginas principales de los sitios web noticiosos ayude a incrementar el entendimiento de la extensión en la cual éstos permiten la participación del usuario en sus ventanas de publicación claves, por tanto, mediría la prominencia de la participación del usuario (...). Esto significa que permitir a los usuarios escribir el texto, suministrar imágenes, videos, gráficos o alguna combinación de estos, establecer los encabezados y ubicar tales elementos en la parte alta de la página principal sin mucha intervención del periodista produciría diferentes implicaciones para el concepto del empoderamiento del usuario, así como también para las normas y prácticas periodísticas, en lugar de simplemente comentar en el foro del sitio o subir clips de sus mascotas en un sitio afiliado) (Karlsson, b, 71).

Obviamente, las necesidades ya existentes previamente pueden satisfacerse con los contenidos almacenados en el mundo internáutico. No obstante, en este nuevo contexto, no sólo nuevas formas narrativas parecen surgir, del mismo modo también nacen nuevas necesidades, lo que podría ampliar el espectro de postulados de la teoría de Usos y Gratificaciones en el presente sumido en Internet. Martínez, en su ensayo para el III Congreso Internacional de Comunicación (3), La teoría de los Usos y Gratificaciones aplicadas a las redes sociales, plantea distintos niveles dentro de la web para satisfacer necesidades:

- Web 1.0: Parecida a una biblioteca. Se puede mirar, leer, pero no se puede generar un vínculo con la fuente de información, a excepción del intercambio de mensajes mediante el correo electrónico.
- Web 2.0: Las personas se contactan entre sí dando origen a lo que se conoce como Web Social. Permite entrar a la red a través de la subida de archivos y la salida de la misma, a través de la descarga.
- Web 3.0: Involucra la conexión de la información disponible en las plataformas existentes. Volviendo al ejemplo de la biblioteca, añade a los elementos anteriormente descritos la "presencia" de un consejero, que interpreta cuáles son las obras o autores preferidos, por lo que puede recomendar un nuevo título o sugerir un escritor.

Es más, la misma autora (íbidem) profundiza respecto a la Web 2.0, donde pueden observarse algunas de las nuevas necesidades que surgen con la interactividad de los cibercontenidos hipertextuales y que intentan ser gratificadas con éstos: -la interactividad entre personas, -el usuario como protagonista y

generador de contenidos, -la multidireccionalidad del mensaje. A pesar de que la autora tiene como objeto de estudio las redes sociales, en las que estos puntos pueden observarse con mayor claridad, éstos tampoco se ausentan en los contenidos fuera de las redes sociales.

2.10 Ciberperiodismo, la nueva manifestación del oficio

Las historias periodísticas –noticias, reportajes, columnas, etc.- pueden ser compartidas a través del Internet con mayor facilidad que antes, que para hacer esto, habría que llevar la hoja del diario ante la persona a quien se le quiera mostrar una información (el caso más complicado era el de los contenidos orales o audiovisuales, que debido a su naturaleza más efímera, su retención material se dificulta, ya que habría sido necesaria la tecnología para grabarlos). Además existen plataformas de autopublicación, como los blogs, en las que la misma audiencia genera su contenido –aunque quizás no a un nivel profesional-. Y finalmente el mensaje multidireccional, que se vincula con el hipertexto, ya que es posible leer, ver u oír sólo lo que resulte de interés; incluso es posible retroceder cronológicamente y acceder a antecedentes ya publicados previamente, que pueden ayudar a la comprensión de un determinado mensaje.

Con una audiencia así de activa, que elige lo que quiere consumir –incluso que tiene la posibilidad de compartir o modificar lo consumido agregando información a través de comentarios-, sumado a un medio en evolución, que requiere de nuevas formas narrativas, los medios de comunicación tradicionales deben adaptarse para adquirir la forma de este nuevo recipiente: Internet.

Determinados por este cambio tecnológico, La Tercera propuso en 1997 una nueva modalidad *online* (Latercera.com) para enfrentarse a este proceso de convergencia digital, la cual a lo largo del tiempo y debido a, entre otras cosas, la masificación del acceso a Internet ha ido evolucionando. "Estos fenómenos de adaptación mutua entre viejos y nuevos medios se detectan en múltiples esferas,

especialmente en cuatro: las tecnologías utilizadas, la reconfiguración logística de las empresas, el perfil de los periodistas y los lenguajes informativos" (Masip et al, 573).

En otras palabras, no sólo los contenidos se ven afectados -lo que se ve reflejado en la multimedialidad de la plataforma web-, sino que también el medio como empresa, ya que se debieron crear nuevos puestos especializados y también realizar la búsqueda de profesionales con competencias afines al mundo informático.

"Los cibermedios han dejado de ser un fenómeno marginal en las empresas de comunicación y son ya parte esencial del engranaje mediático" (Masip et al., 573).

Ya se han enumerado algunas de dimensiones específicas, que todo sitio web debe cumplir para conseguir el interés de las audiencias y también amoldarse en este contexto líquido de la información. El Hipertexto, la Usabilidad, Accesibilidad e Interactividad, son sólo algunos de éstos aspectos y conforme pasen los años, se seguirán modificando y complementando para llegar a ser preferidos por el exigente público "cibernauta" y "conectado".

La Multimedialidad o convergencia digital, como es llamada por otros autores, viene a ser un aspecto importante en esta investigación. Sobre todo, por la promulgada ley de TV Digital, donde canales de televisión tendrán la oportunidad de transmitir sus contenidos, a través del Internet. Lo que facilitaría la diversidad de líneas editoriales en la TV, pero acabaría con el monopolio periodístico de otros.

La Tercera, en un intento por no quedarse atrás de esta nueva tendencia y caracterizado por sus arriesgadas apuestas en materia web, propuso una plataforma de La Tercera TV anclado a su sitio web, el cual iba a constituirse

como otros de los canales del espacio televisivo. Por desgracia, la crisis económica y la contratación apresurada de rostros televisivos famosos para esta propuesta, no permitieron que se consolidara el proyecto.

“La televisión digital es un avance tecnológico al que Chile, tarde o temprano, se sumará. La tecnología digital traerá una mejor calidad de imagen y sonido, abrirá nuevas oportunidades de negocios en torno a la televisión y permitirá aumentar la eficiencia con que se usa el espectro radioeléctrico.”⁵

Camus indica que la multimedialidad de los sitios web viene por su presencia en computadores, pues en estos se puede incluir de manera simultánea todos los formatos. De esta manera, es normal encontrar información audiovisual, gráfica y de texto, las que se complementan (b, 18).

João Canavilhas plantea que “el lenguaje periodístico está fuertemente condicionado por las particularidades del medio utilizado, adquiriendo características específicas en función de las potencialidades del soporte utilizado” (30).

Luego, Salaverría (en Massip, 569-572) conceptualiza estas características en Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad, las que forman parte del lenguaje al que el periodismo debe adecuarse dentro del soporte digital. Además, añade que “la utilización simultánea de los tres factores en una noticia web abre la oportunidad absolutamente única de que cada usuario pueda hacer una lectura personal de la información disponible, navegando de nodo en nodo de información: a esta capacidad de fragmentar de forma casi infinita la información en zonas de interés le llamamos personalización de contenidos” (Salaverría, b, 21).

⁵ Consultado en [//www.cepchile.cl/dms/archivo_3834_2011/r103_lsierra_television.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_3834_2011/r103_lsierra_television.pdf), el 18 octubre de 2013

Haciendo uso de todas características descritas, se abre una nueva forma de periodismo: el ciberperiodismo, el cual es definido como "la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos" (íbidem).

Por lo tanto, y para finalizar, podemos entender que el ciberperiodismo se constituye como un nuevo género dentro de las competencias profesionales, el cual posee características, herramientas y narrativas propias, basadas en el uso de las nuevas tecnologías para informar. Asimismo, representa una oportunidad para ampliar el campo laboral para nuevas generaciones y también una invitación para aquellos que no poseen conocimiento técnicos especializados, a actualizarse constantemente en las últimas tendencias periodísticas, tal como los sitios web.

2.11 La situación en Chile

Chile es el 6º país de Latinoamérica en cuanto a mayor población con acceso a Internet, además de ocupar el quinto lugar en la misma región en pasar más tiempo en Internet, con un promedio mensual de 17,6 horas. Junto con obtener el tercer lugar en Alcance de Redes Sociales en América Latina.⁶ La cantidad de usuarios chilenos que hacen uso del Internet aumenta a pasos agigantados con el correr de los años.

Latercera.com es, actualmente, uno de los sitios web informativos más visitados⁷. Sin embargo, atendiendo todos los aspectos de los sitios web y tecnológicos ya descritos con anterioridad, su presentación no ha sido siempre la misma. Con total certeza, sus inicios fueron más bien experimentales.

⁶ Estudio "Futuro Digital Latinoamérica 2014" de ComScore, Focus Chile. Disponible en: http://starterdaily.com/wp-content/uploads/2014/08/2014_Digital_Future_in_Focus_Chile.pdf, consultado el 25 de septiembre de 2015.

⁷ Íbidem.

Este medio de comunicación, en su entrega informativa periodística, ha visto una evolución desde la prensa impresa hasta este salto al formato digital, en definitiva, su incursión en el ciberperiodismo.

Por tanto, luego de toda esta revisión teórica, someteremos a análisis la evolución ciberperiodística de Latercera.com, producto de la masificación del acceso al Internet y la convergencia digital.

Capítulo III - Metodología

3.1 Definición del tipo de investigación

Este estudio presenta un carácter mixto, ya que manifiesta aspectos tanto cuantitativos como cualitativos. Específicamente, se trata de un diseño de enfoque dominante o principal, el que "se desarrolla bajo la perspectiva de alguno de los dos enfoques, la cual prevalece, y la investigación mantiene un componente del otro enfoque" (Hernández et al., 773). A modo de sinopsis, la recolección de datos fue llevada a cabo a través de un método cuantitativo y se desarrollaron gráficos - otra característica cuantitativa-, pero luego éstos fueron interpretados intentando una inmersión en el contexto en el que se dieron -lo que corresponde más bien a un aspecto cualitativo-. Todo esto será detallado más adelante.

En cuanto al alcance, éste es descriptivo, ya que los estudios de esta naturaleza "buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno (...). Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar" (Hernández et al., 102). Entonces, de acuerdo a este planteamiento, nos proponemos someter a Latercera.com a una evaluación de algunos de sus diversos aspectos.

3.2 Diseño de la investigación

Ahora bien, en nuestro caso particular, lo que someteremos a análisis será la evolución de algunas de las dimensiones de los sitios web revisadas en el marco teórico y manifestadas en la plataforma digital de la Tercera, Latercera.com, producto de la masificación del acceso a Internet, desde su aparición en 2000 hasta el primer semestre del 2015.

Es, por tanto, un estudio longitudinal: "en ocasiones el interés del investigador es analizar cambios a través del tiempo de determinadas categorías, conceptos, sucesos, variables, contextos o comunidades (...). Entonces disponemos de los diseños longitudinales, los cuales recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias" (Hernández et al., 216).

Por el mismo motivo, se trata de un estudio no experimental, pues no manipularemos ninguna variable (Dahnke, 205) y observaremos el fenómeno en un contexto lo más cercano al original. Para esto utilizaremos un servicio web especializado en la captura de interfaces, las que, como hemos revisado con anterioridad, corresponden a la superficie digital en la que se despliegan los elementos del sitio web a través de la pantalla del computador, con los que el usuario puede interactuar, incluyendo ventanas emergentes, publicidad y notas periodísticas, entre otros.

Dada la masificación del uso de dispositivos móviles y el acceso a Internet a través de éstos, algunos sitios han implementado interfaces específicamente diseñadas para estos aparatos e incluso aplicaciones descargables desde las tiendas virtuales de los proveedores de este servicio; sin embargo, en nuestro trabajo nos remitiremos a estudiar las interfaces de los sitios webs vistas desde computadores, descartando las interfaces de dispositivos móviles.

Para acceder a las apariencias anteriores, utilizaremos "Internet Archive Wayback Machine" (disponible en archive.org/web/), una organización sin fines de lucro fue fundada en 1996 para construir una biblioteca en Internet con el propósito de ofrecer acceso permanente a investigadores, historiadores y catedráticos a colecciones históricas que existen en formato digital (revisado el 10 de noviembre de 2014, en <http://blog.archive.org/about/>). Igualmente, no está demás señalar que el fenómeno que estudiaremos ya está determinado, pues se

trata de archivos digitales de un pasado relativamente cercano -en términos históricos-. En un escenario así, la alteración de las variables es imposible.

Además, cabe resaltar que, dada la antigüedad de los datos -por lo menos en un contexto informático-, puede que no todos hayan sido conservados en su integridad por WayBack Machine, lo que es otra de las razones por las que la investigación adquiere matices cualitativos: estos espacios vacíos deberán ser llenados con impresiones del investigador.

En ese sentido, la tarea a realizar será una revisión de la arquitectura de la información -la distribución y aplicación de diversos elementos en el sitio web para optimizar la entrega de información, como ya hemos apuntado en el capítulo teórico- empleada por los desarrolladores de Latercera.com en sus fases primitivas, lo que eventualmente en el futuro, con el inevitable avance de la tecnología, podría llegar a denominarse "arqueología de la información". Es decir, un seguimiento de la evolución de la interfaz ofrecida por el sitio web sometido a estudio.

Estas decisiones de diseño se fundamentan en la constante actualización y modificación de los sitios web. "Las mejores ideas de diseño sobreviven y las peores se extinguen, ya que los usuarios suelen abandonar los sitios diseñados de forma deficiente" (Nielsen, 218), o en otras palabras, las interfaces mutan, ya sea por marketing, preferencia de los usuarios o decisiones editoriales. Es así como esta noción se convierte en uno de los pilares fundamentales de esta investigación: partimos desde el supuesto de que en este lapso las interfaces han sufrido cambios en la distribución de los elementos mostrados y la eliminación o adición de los mismos.

3.3 Definición de la muestra

Igarza afirma que “los comportamientos cambian tan rápidamente que el movimiento de los medios hacia la ‘contenidización’, hacia el enriquecimiento multimediático de los contenidos y hacia la multiplicidad de ventanas de explotación bajo la creciente ubicuidad, no alcanza al usuario promedio. Parece como si los esfuerzos siempre estuviesen desajustados con las expectativas de los usuarios. Los cambios mediáticos están por detrás de la dinámica del consumo cultural” (Igarza et al., 7). Es por este motivo que un sitio web, especialmente uno de carácter noticioso, debe mantenerse en una constante búsqueda por la optimización de la entrega de la información para satisfacer a su audiencia, aunque a veces este cometido no sea logrado a cabalidad.

Como ya hemos apuntado, una característica propia de los contenidos y sitios web es que se actualizan constantemente y su apariencia puede variar con el paso de los años. A lo largo del tiempo, la interfaz de los sitios web ha cambiado, y es por eso que recurriremos a “Internet Archive Wayback Machine” (archive.org/web/), para poder consultar las interfaces del pasado.

Así, nuestra muestra será la captura de una interfaz de Latercera.com, extraída del sitio citado, elegida de forma aleatoria, aquella que “de todo un universo, todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (Hernández et al., 241) y de manera que la suma de éstas conformen una semana por semestre, selección sugerida por la profesora Claudia Mellado en una entrevista concedida en abril del 2015. Esto se realizó mediante el servicio que presta random.org, una página web especializada en selecciones aleatorias de acuerdo a necesidades de la muestra.

Es decir, se tomará una interfaz correspondiente a un lunes, un martes, un miércoles y así hasta completar el periodo de estudio. Esta selección temporal sigue siendo muy extensa y, en definitiva, un despropósito si tenemos en cuenta

que los cambios en el diseño web desde ese entonces son más bien paulatinos, ya que las modificaciones entre un año y otro son difícilmente perceptibles. Es por eso que acotaremos el estudio a los años múltiplos de cinco: 2000, 2005, 2010 y 2015, con lo que las mutaciones serán sustantivas y patentes, haciendo de su evolución más visible.

Sin embargo, en este contexto de recuperación de interfaces antiguas, por la precariedad del recurso de WayBack Machine en los años iniciales, no existen suficientes interfaces para completar este ideal. Esto se evidencia en el bajo número de archivos presentes entre el 2000 y el 2002, e incluso en el año 2010 - aunque parezca extraño por ser ésta una fecha no muy alejada del momento en el que esta investigación se llevó a cabo y con una penetración tecnológica más bien alta en la cotidianeidad-. Como solución a este problema, llenaremos la semana tipo inicial con interfaces del 2000, 2001 y 2002, llamando a este período "incipiencia", ya que son los primeros experimentos del medio en el soporte digital; mientras que para el 2010, conformaremos la semana del primer semestre incluyendo algunas interfaces del segundo semestre, con tal de completar los días necesarios. Por supuesto, la semana tipo del segundo semestre del 2010 corresponderán a días de este período real.

En la figura 3 - 1: Ejemplo de interfaz, se puede apreciar una interfaz relativamente reciente del sitio web. En este ejemplo, por motivos de espacio, sólo se logran visualizar los primeros elementos desplegados en la pantalla del navegador, lo que funciona a modo de primera plana, de acuerdo a los parámetros de limitadísima atención que un usuario presta en una lectura rápida.

The image shows a screenshot of the website 'La Tercera' from Chile. The top navigation bar includes the date 'Viernes 19/06/2015', the site name 'LATERCERA', and various utility links like 'Acceder' and 'Grupo Copesvi'. Below the navigation bar, there is a banner for the 'Copa América' with the slogan 'HACEMOS VOLAR UNA PASIÓN' and 'UN MUNDO DE ENTUSIASMO POR CHILE EN LA SELECCIÓN'. The main content area features a tournament bracket for the 'Copa América' under the heading 'Ronda Final'. The bracket shows the progression from 'CUARTOS DE FINAL' to 'FINAL' with match dates and venues. Below the bracket is a large photo of Chilean players celebrating, with the name 'VIDAL' and number '8' visible on one player's jersey. To the right of the main content is a sidebar with a 'LATERCERA TV' section and a list of featured articles, including 'Schwarzenegger "resucitó" Terminator y asustó a turistas', 'Las bromas de Sánchez tras el escándalo', 'Vidal se convierte en caricatura tras choque y es sensación en la web', and 'Polémica por profesora que enseña a tomar tequila a alumnos'. At the bottom right, there is an advertisement for 'CLÍNICA SAN CARLOS DE APOQUINDO'.

Fig. 3 - 1: Ejemplo de interfaz

A continuación presentamos una figura con la cantidad de capturas de pantalla a recolectar y analizar, organizadas por fechas:

	Días y fechas						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Inicio	19-jun (2000)	24-sep (2002)	10-may (2000)	18-ene (2001)	10-may(2001)	23-nov (2002)	22-sep (2002)
2005 (s1)	11-abr	07-jun	09-mar	07-abr	11-feb	18-jun	02-ene
2005 (s2)	28-nov	20-dic	06-jul	27-oct	25-nov	24-sep	30-oct
2010 (s1)	21-jun	09-feb	01-sep	13-may	25-jun	18-sep	08-ago
2010 (s2)	13-sep	19-oct	13-oct	25-nov	10-dic	04-dic	24-oct
2015	05-ene	26-may	18-mar	12-feb	24-abr	20-jun	18-ene

Fig. 3 - 2: Capturas a analizar

Esto representa un total de cuarenta y dos capturas de pantalla de las interfaces de Latercera.com desde el 2000 hasta el segundo semestre del 2015. En cada una de éstas consideraremos distintos elementos de la interfaz, los que hemos denominado recursos dentro del medio digital y que se relacionan con las dimensiones del sitio web que resultan de interés para esta investigación y abordados a nivel de marco teórico.

Este soporte tiene la capacidad de combinar todos los formatos tradicionales -texto, imagen (fija y móvil) y sonido-, por lo que, a priori puede inferirse que un sitio web de noticias que no haga uso de esta posibilidad, queda en desventaja frente a uno que sí la aprovecha. No es recomendable que un sitio de noticias se limite a ser la digitalización de la edición impresa, pese a que esta práctica exista en los sitios web de algunos periódicos, como Mercuriovalpo.cl o Lun.com.

Según afirma Manuel López, un diario digital debe diferenciarse de su diario impreso debido a su diferencia de publicación. Mientras que el medio físico se

cierra cada 24 horas, el virtual se mantiene en constante actualización de contenidos, situación que condiciona la producción periodística, haciendo distinta su redacción, organización, maquetación, presentación y distribución, entre otros factores (211-212).

López pone de manifiesto la necesidad de la diferenciación entre las dos ediciones, aunque su ejemplo es demasiado específico. Es necesario notar que este autor se refiere a las piezas informativas en un contexto más bien individual, tratándose así de una ejemplificación muy acotada. Por el contrario, nuestra investigación se concentra en un sitio web completo, representando un nivel más bien macro que la revisión de cada contenido ofrecido.

Asimismo, los sitios web no deben confundirse con los papeles digitales o ediciones electrónicas que, si bien podrían ser otro recurso ofrecido por el sitio, desaprovechan las posibilidades de entrega y complementación de la información del soporte digital.

Como ya hemos visto, los sitios web cuentan con características que, en el caso de aquellos dedicados a la información periodística, los diferencian de las ediciones impresas. A modo de síntesis, éstas son: a) usabilidad, que en palabras simples "describe la facilidad de uso" del sitio web ; b) encontrabilidad, la capacidad de los contenidos de ser hallados por motores de búsqueda en Internet (i.e. Google); c) interactividad, que corresponde a la experiencia del usuario al hacer uso del sitio web, más allá de la lectura del texto; d) accesibilidad, la capacidad de facilitar el acceso de las personas con dificultades visuales, auditivas, físicas, cognitivas y neurológicas; e) inmediatez, los contenidos están disponibles desde el momento en que son subidos y constantemente, en lugar de esperar a una hora de publicación general de la edición del medio; y f) multimedialidad, la capacidad de los computadores de ofrecer todos los formatos. Algunas de estas cualidades se tomarán en cuenta en las muestras, y ahondaremos más al respecto en el capítulo de análisis de datos.

3.4 Metodología de recolección de muestra: recolección documental digital

Habiendo definido la muestra, podemos caracterizar la extracción de la misma como una recolección documental, definida por Robledo como la acumulación de documentos para su análisis. Esta consiste en el acopio de documentos, con miras a hacer mejor uso de los recursos de este tipo para su interpretación posterior (Robledo, 63-73).

Hernández et al., agregan que "una fuente muy valiosa de datos (...) son los documentos, materiales y artefactos diversos. Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio" (614), aunque en nuestro caso no se tratará sólo de una ayuda, como plantean los autores, sino que será el universo entero a examinar.

Estos documentos están caracterizados como materiales audiovisuales grupales y corresponden a "imágenes, *graffiti*, cintas de audio o video, páginas web, etc., producidas por un grupo con objetivos oficiales, profesionales u otras razones" (Hernández et al., 615).

Desde el punto de partida, esta tarea está en gran medida realizada por WayBack Machine, puesto que en este sitio web ya se encuentra recopilada una cantidad de interfaces. Nuestro esfuerzo es, entonces, recoger aquellas que nos servirán para el análisis.

Las interfaces seleccionadas serán capturadas como archivos de imagen para efectos de registro y anexos a este trabajo. No obstante, el análisis se realizará en el campo mismo -esto es, en WayBack Machine-, ya que se trata de un documento híbrido, el que puede contener más de un solo formato de contenido, por lo que únicamente agruparlos como capturas de pantalla limita su análisis.

En síntesis, la recopilación de los documentos ya está hecha de antemano por el servicio web citado, mientras que nosotros acotaremos la selección para su estudio y, finalmente, capturaremos aquellas interfaces para su indexación.

Capítulo IV - Análisis de datos

Ahora indicaremos la técnica escogida para analizar los datos recogidos de las interfaces recopiladas por WayBack Machine y seleccionadas para este trabajo. Como ya declaramos, el diseño de investigación en el que nos enmarcamos es tanto cuantitativo como cualitativo, pues necesitamos contabilizar la adición o supresión de elementos expresados en la pantalla, así como también las características y clasificación de cada uno de los recursos dentro de las dimensiones propias del sitio web para finalmente interpretar estas cantidades.

4.1 Análisis de contenido

Una vez obtenida la muestra, la etapa siguiente es la observación. Y para hacer esto, proponemos someter los contenidos de las muestras a un análisis minucioso.

Según Hernández et al., "el análisis de contenido es una técnica para estudiar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa. [...] Resulta una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos. El análisis de contenido puede aplicarse virtualmente a cualquier forma de comunicación (programas televisivos o radiofónicos, artículos de prensa, libros, poemas, conversaciones, pinturas, discursos, cartas, melodías, leyes y reglamentos, etc). Por ejemplo, es conveniente para analizar la personalidad de alguien, evaluar sus escritos; conocer las actitudes de un grupo de personas mediante la evaluación de sus expresiones verbales o escritas" (356).

Estos autores sostienen que los usos que pueden dársele a esta técnica son igualmente variados, yendo desde describir tendencias en el contenido de la comunicación; comparar mensajes, niveles y medios de comunicación; y obtener indicios del desarrollo verbal (Hernández et al., 356-357), entre otros.

Pese a que, quizás por razones de antigüedad de su obra, no incluyen a los sitios web en su listado, sí afirman que es fácilmente aplicable a cualquier forma de comunicación, por lo que nos aventuraremos a aplicarlo en este tipo de medio que necesita una metodología de estudio. Además, los usos propuestos son perfectamente extrapolables a nuestro caso: por ejemplo el de obtener indicios de desarrollo verbal, que aquí sería representado como obtener indicios de desarrollo de un soporte nuevo.

Para un análisis de contenido es necesario indicar categorías de análisis, a las que serán sometidas las unidades a encontrar dentro de la muestra; "son las 'casillas o cajones' en las cuales se clasificarán las unidades de análisis" (Hernández et al., 359). Ya indicamos que la muestra serán las interfaces de Latercera.com desde su implementación en el 2000, pasando por dos semanas tipo por los dos semestres del 2005 y 2010, hasta llegar al primer semestre del 2015. Ahora procedamos a señalar qué será lo que observaremos en éstas y cómo las clasificaremos.

Jesse James Garret (en Internet), además de otros autores, como Camus y Nielsen, postulan la importancia de la experiencia del usuario en el sitio web -la usabilidad, aquella característica que refiere a cuán fácil es navegar a través del sitio (Nielsen, 10)-, lo que está fuertemente ligado al desarrollo de éste manifestado en su interfaz. Vale decir, todo aquello que se despliega en la pantalla y con lo que el usuario puede interactuar. Garret incluso entra en una discusión respecto de cómo esta evolución, reflejada en nuevas características y posibilidades incipientes de los sitios web, representó problemas para sus desarrolladores, quienes concebían la web como un simple sistema hipertextual.

“La web fue originalmente concebida como un espacio de información hipertextual; pero el desarrollo de tecnologías cada vez más sofisticadas tanto en el despliegue como la administración han nutrido su uso como interfaz remota de software. Esta naturaleza dual ha guiado a mucha confusión, ya que los

practicantes del desarrollo de experiencia de usuario han intentado adaptar su terminología a casos más allá del alcance de su aplicación original” (Garret, en Internet).

4.2 Web como interfaz de software

Las categorías usadas para la elaboración de la matriz de análisis general de la investigación tienen su origen en los planteamientos generales de aquellos autores mencionados, sin embargo, es Garrett quien los indica de manera más sintética: el diseño visual (tratamiento gráfico de los elementos de la interfaz) o la apariencia del sitio web.; diseño de la interfaz (diseño de los elementos de la interfaz para facilitar la interacción del usuario con la funcionalidad); diseño de la información (en el sentido de la presentación de la información para facilitar el entendimiento); y especificaciones funcionales ("set de herramientas": descripciones detalladas de las funcionalidades que el sitio debe incluir para satisfacer las necesidades del usuario).

Esto es definido, entre otros factores, por el desarrollo intrínseco de las plataformas digitales y exigencias del usuario -las que se acoplan a la familiarización emergente del uso constante de éstas-, en base a la investigación de éste y la caracterización del usuario tipo al que apunta cada medio de comunicación. Lo mismo ocurre con los objetivos que se plantea el medio digital, ya sea creativos, comerciales u otros generados de manera interna para el sitio: cantidad de visitas o *click* por nota periodística, “me gusta” o noticias compartidas a través de redes sociales.

De la clasificación de Garrett nos remitiremos a lo que compete a un nivel de diseño visual -los elementos de texto, gráficos, sonoros y audiovisuales en la página y componentes de navegación disponibles-, ya que es lo que se manifiesta en la interfaz. En definitiva, nuestra investigación se centra en la aparición y supresión de elementos desplegados en la pantalla a la hora de navegar a través

de Latercera.com, es decir, la evolución gráfica del sitio web -lo que finalmente representa la observación de la exploración de los desarrolladores y editores del sitio web al aplicar y ofrecer nuevos elementos-.

La utilización de ciertos recursos en desmedro de otros o la ubicación de las herramientas de interacción con el usuario, son algunos ejemplos de que el contenido web muta constantemente de acuerdo a las necesidades de los usuarios y los intereses comerciales del medio de comunicación.

4.3 Matriz de análisis de datos

Para lograr el objetivo de cuantificar los recursos utilizados por Latercera.com a lo largo del tiempo estipulado, planteamos como instrumento de investigación una matriz de análisis en la que chequearemos la presencia, ausencia y ubicación de los elementos presentes en las interfaces recolectadas.

Se trata de una hoja de cálculo en la que los datos serán codificados de manera simbólica. Esta práctica tiene como función resumir el gran volumen de información recolectada y facilitar su análisis (Hernández et al., 386). En nuestro caso, el análisis de contenido manifestado en esta matriz viene precodificado, al estar las categorías ya establecidas de antemano, como se detallará más adelante.

La primera fase del análisis será apuntar estos recursos implementados por el medio digital. Es uno de los supuestos de nuestra investigación el que las interfaces cambian a lo largo del tiempo, se agregan o suprimen botones, contenidos, vínculos, etc. Por este motivo es que antes de iniciar cualquier tipo de interpretación, debemos llevar la cuenta de cuáles elementos propios de los códigos internáuticos estuvieron presentes en el momento desde el punto de inicio hasta el presente. Por otro lado, como también pueden haber desaparecido

algunos, es necesario que se apunte, pues la ausencia de tal elemento podría tener efecto sobre la usabilidad del sitio.

Como ya hemos visto, uno de los pilares fundamentales de esta investigación es que el sitio web de un medio noticioso impreso, si quiere trascender su edición física, no puede limitarse a ser una versión digitalizada de la misma, sino que debe moverse en aspectos propios del medio digital: usabilidad, accesibilidad, encontrabilidad, multimedialidad, hipertextualidad, inmediatez e interactividad; características revisadas con anterioridad en este trabajo. Éstas son importantes pues son aquello que diferencia a la publicación digital de aquellas de otra índole, al presentar y aglutinar posibilidades que los soportes anteriores no integran del todo.

Atendiendo que nuestro ámbito de competencia es el aspecto gráfico de los sitios web, las dimensiones de encontrabilidad y accesibilidad quedarían descartadas para efectos de análisis. La primera porque se trata de códigos internos de la construcción del sitio en lenguaje PHP, HTML o Java, lo que no es observable como tal y a simple vista en la interfaz (Camus, b, 23); mientras que para la segunda, basta con una mirada preliminar para apreciar que los sitios no suman facilidades para quienes padezcan alguna discapacidad sensorial -lo que no deja de ser una oportunidad a todas luces desaprovechada por el medio de comunicación en cuestión-.

De esta manera, las dimensiones restantes son usabilidad, multimedialidad, hipertextualidad, inmediatez e interactividad, las cuales también deben ser sufrir más precisiones. Podríamos afirmar que las cuatro últimas características están contempladas dentro de la primera: la presencia de multimedios e hipervínculos, la publicación rápida de contenidos y la retroalimentación de la audiencia pueden definir cuán usable es un sitio. Por lo tanto, sometiendo a análisis estas dimensiones particulares, estaríamos explorando la dimensión general.

Asimismo, hipertextualidad e inmediatez tienen extensiones muy limitadas en comparación con las otras dimensiones -hipervínculos, por un lado, y la publicación expedita de contenidos, por otro-, por lo que para efectos del análisis, incorporaremos la inmediatez a la hipertextualidad, ya que la actualización constante puede funcionar para ofrecer nuevas rutas de lectura, lo que es una característica de la primera. Así, los aspectos de interés para esta investigación quedan finalmente reducidos a multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, y funcionarán como categorías de análisis. Ahora, los repasaremos brevemente para caracterizar cada unidad dentro de éstas.

"Un periodista debe saber contar una historia indistintamente con palabras, con imágenes o con sonidos; es el reto de la multimedialidad", dice Salaverría (a, 41). Por esta razón, consideramos importante empezar la matriz con el apartado de multimedialidad. Vale decir, comprobaremos si el medio en cuestión hace buen uso de esta posibilidad de contar con todos los formatos -texto, imagen, sonido y video-, buscando cada uno -o vínculos hacia algún contenido de estas índoles- en las interfaces de su plataforma digital.

Seguido de esto, viene la hipertextualidad. En un contexto internáutico, la lectura no es lineal, no sigue de acuerdo a las páginas de la publicación, sino que es el mismo usuario el que decide qué contenidos quiere consumir y ahondar. Salaverría lo dice de esta manera: "Con el hipertexto, el periodista propone, pero el lector dispone. El primero sugiere caminos posibles, pero corresponde al segundo decidir su itinerario particular de lectura" (a, 42). Por eso, en la matriz a llenar proponemos las categorías de "vínculos ampliadores", o sea, aquellos vínculos que dirijan a informaciones afines a los contenidos presentados como titulares en la interfaz y que puedan servir para cubrir más aristas del tema puntual, representando distintas rutas de lectura a disposición del usuario; y "minuto a minuto", que es la capacidad de informar de forma casi instantánea -sin necesidad de esperar a una hora de impresión para publicar el contenido, otorgando a la edición impresa una cierta independencia de la física- y que

también permite remitir al usuario a una información reciente, si ésta le resulta interesante.

Finalmente, la interactividad. Ésta "da la base para el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de bases de datos, y las experiencias enriquecedoras de los usuarios que redundan en beneficio del propio medio de comunicación en línea, pues da la posibilidad de mantener una relación con sus lectores, y hasta puede ser factible que otros más se acerquen al encontrar un entorno informativo más amplio que el que ofrece el medio de comunicación tradicional" (Noriega, 788); de modo que permite una mayor inmersión del usuario en la experiencia informativa con el sitio web. Es gracias a ésta que el consumo de medios digitales es enriquecedor para ambas partes. Cebrián (18) expone, entre otros, los siguientes ejemplos de interacción: encuestas de temas de actualidad, comentarios de usuarios, envío de documentos de textos, fotografías, vídeos y audios por los usuarios, y reenvío de noticias o de recomendaciones a otros usuarios. Usaremos los ejemplos de Cebrián como unidades, aunque debemos precisar una y agregar dos: a) los reenvíos de noticias y recomendaciones se realizan, principalmente, a través de redes sociales, y es por eso que llamaremos así esta categoría; b) buscador, pues es una herramienta de gran utilidad a la hora de navegar por el sitio y, además, Camus en su manual de redacción de sitios web (b, 25) lo caracteriza como una herramienta más de la interactividad; y c) los "interactivos", nombre que Latercera.com da a las infografías digitales y que representan micronavegaciones que aglutinan las tres dimensiones (Valero, 556), pero que su característica principal es que responden a los estímulos del usuario.

Cada uno de estos elementos puntuales mencionados para cada dimensión constituirán las unidades de análisis.

También, como detalle adjunto y que puede ser útil en algunos casos, determinaremos la ubicación de cada elemento de la interfaz. De acuerdo con investigaciones de *eyetracking* (seguimiento del ojo, en inglés) mencionadas en

nuestro marco teórico, hay ciertas áreas -derecha, centro e izquierda- que proporcionan una mejor tribuna a los contenidos mostrados. Tampoco hay que olvidar la "regla de oro" de Camus: los usuarios no son muy pacientes al explorar un sitio web, sino que sólo prestan cinco segundos de su atención y, de no encontrar lo que buscan, se retirarán de éste. Esto se traduce finalmente en el *scroll-down*, la acción de descender por la pantalla con la barra lateral derecha, y en el tiempo de respuesta del sitio, es decir, cuánto tarda en cargar sus contenidos para mostrarlos en la pantalla (Nielsen, 49).

Para representar esto, dividiremos las interfaces en cuartos horizontales descendentes, a los que se les entregan distintos grados de atención. El primero será "++", pues es lo que primero se ve y que funciona como primera plana; el segundo, "+", ya que la atención disminuye; el tercero, "-", debido a que sólo los usuarios más pacientes accederán a este; finalmente, el cuarto será "- -", al ser la última sección y que, siguiendo a Camus, apenas sí resultaría visualizada. En caso de que alguno de los recursos esté presente de manera diseminada a lo largo y ancho de toda la interfaz, se rotulará como "ubicuo/a". Esta breve codificación puede servir como pauta para adelantar algunos énfasis que los desarrolladores y editores del sitio web puedan darle a determinados contenidos.

Luego de toda esta descripción, para cuantificar estos recursos propios del lenguaje internáutico, y su posterior evaluación, planteamos la siguiente tabla en la que chequearemos su presencia en la interfaz.

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			
Imagen			
Sonido			
Video			
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			
Minuto a minuto			
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			
Encuestas			
Comentarios			
Envío de material			
Redes sociales			
Interactivos			

Fig. 4 - 1: Matriz de análisis

4.3.1 Ejemplo de matriz completada con datos recogidos de una interfaz

A continuación presentamos un ejemplo demostrativo de la aplicación del instrumento confeccionado para el análisis y exponer cómo opera con la muestra. Para esto utilizaremos la interfaz del viernes 24 de abril de 2015, sin embargo, por ser ésta de un tamaño que excede el de una página impresa, nos remitiremos a ilustrar los recursos observados con imágenes de acercamientos a éstos. De todas maneras, la muestra en cuestión puede ser chequeada en los anexos digitales de este trabajo.

Dicha interfaz dio lugar a la siguiente matriz:

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua
Sonido			N/A
Video			Cen(++) Der(++) Cenlz(-)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda(++a+)
Minuto a minuto			Derecha(--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Izquierda (-)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Der(+) lz(-) lz(--)
Interactivos			N/A

Fig. 4 - 2: Viernes 24 abril 2015

La interfaz presenta texto, imagen, y videos -manifestados en la sección de La Tercera TV-. Por tanto, el sitio, en esta ocasión, aprovecha en gran medida la posibilidad de la multimedialidad, sólo descuidando el formato de audio. Respecto a sus ubicaciones, tanto texto e imagen están distribuidos a lo largo y ancho de toda la superficie, de modo que ante una simple ojeada es posible apreciarlos -en general, muchos titulares van acompañados de imagen, como aparece en la Fig. 4 - 3: Texto e imagen-; mientras que los videos tienen un despliegue menor, ubicándose al centro, como vínculos ampliadores, y a la derecha, como La Tercera TV, en el primer cuarto de la interfaz (Figs. 4 - 4: videos y 4 -5: La Tercera TV). Igualmente existen otros videos en una sección más inferior, pero basta con esta ejemplificación.



Ed Sheeran trajo su fenómeno juvenil a Santiago

El inglés toca a esta hora ante 14 mil fanáticas en la Pista Atlética, en su debut en la capital. Sus seguidoras, a pesar del calor, esperaron desde temprano fuera del recinto.

Fig. 4 - 3: texto e imagen

 <p>VIDEO: Lluvia de cenizas</p>	 <p>VIDEO: Captan Ovni cerca del volcán</p>	 <p>VIDEO: Balance del gobierno</p>
--	---	--

Fig. 4 - 4: videos

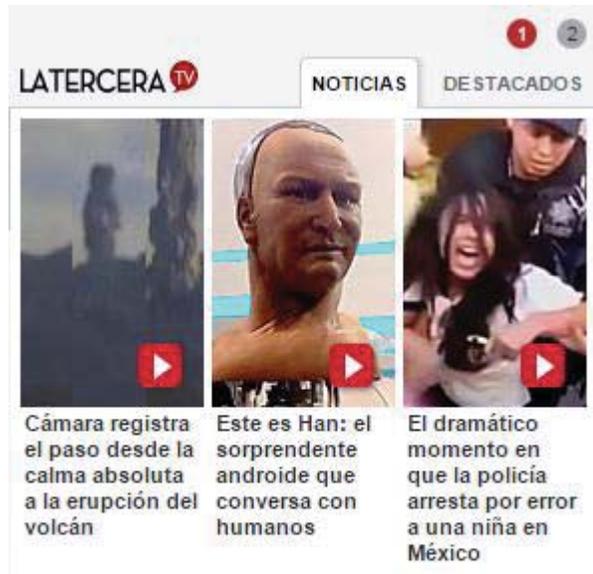


Fig. 4 - 5: La Tercera TV

Similarmente, hace un uso completo de la hipertextualidad al proponer ampliación de la información, especialmente por tratarse de la erupción del volcán Calbuco. Para la entrega informativa de este acontecimiento en desarrollo en ese momento, los vínculos ampliadores fueron bastante variados en cuanto a formato - ya veíamos en la multimedialidad que algunos videos referían a este tema- y exhaustivos en la cobertura de aristas al respecto.

En la Fig. 4 - 6: Vínculos ampliadores el titular principal reza: "Nube de cenizas por erupción Calbuco llega a la Región de Valparaíso", mientras que adyacentes a esta historia principal se encuentran otros titulares de tamaño menor, tales como "Sernageomin: El Calbuco puede evolucionar a etapas de mayor intensidad en corto plazo", "Volcán Calbuco provocó desborde de Río Blanco" y "Sismólogo francés: erupción del Calbuco 'no es sorprendente'", entre otros como imágenes del día, los citados videos y un *timelapse*: una secuencia de imágenes animada, aunque por razones obvias esto no se aprecia en estas hojas impresas.

ERUPCIÓN VOLCÁN CALBUCO

Nube de cenizas por erupción del Volcán Calbuco llega a la Región de Valparaíso

EN VIVO > Según informó la Dirección Meteorológica, la nube "se está disipando en la atmósfera, va perdiendo espesor y se encuentra entre los siete y 12 kilómetros de altura".

Sernageomin: El Calbuco puede evolucionar a etapas de mayor intensidad en un corto plazo

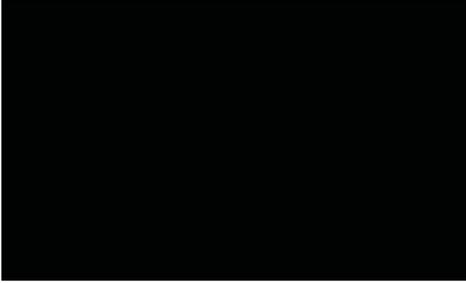
Mantienen toque de queda en Puerto Montt, Puerto Varas y Puerto Octay



Nasa y Fach dan a conocer imágenes satelitales de erupción del Calbuco

Volcán Calbuco provocó desborde de Río Blanco

La historia del andinista que se perdió en el volcán Calbuco



Captan espectacular erupción nocturna de volcán Calbuco

Lan informa que vuelos desde y hacia el sur operan normalmente

Sismólogo francés: erupción del Calbuco "no es sorprendente"



Las imágenes del día después de erupción del volcán Calbuco

Meteorólogo de EEUU: "La erupción del Calbuco podría provocar 'invierno volcánico' y cambiar la t° del planeta"

El día después: Los peligros en la salud por la caída de cenizas

Experto de Sernageomin: "Esta erupción fue un caso muy poco común en el mundo"

¿Cómo prepararse para antes y después de una lluvia de cenizas?



El deporte se detiene en la zona del volcán



VIDEO: Lluvia de cenizas



VIDEO: Captan Ovni cerca del volcán



VIDEO: Balance del gobierno

Fig. 4 - 6: Vínculos ampliadores

En esta fracción de la interfaz, los vínculos están desplegados ubicuamente, salvo por aquellos espacios que ocupan las imágenes (cabe decir que aquel espacio en negro se debe a un fallo en la captura de WayBack Machine, incapaz de conservar lo que probablemente haya sido una transmisión en vivo).

Los vínculos ampliadores se prolongan hacia un poco más abajo en la superficie del sitio web, en historias más pequeñas, pero que también recibieron más atención en cuanto a sus aristas (ver. Fig. 4 - 7: Otros vínculos ampliadores).



Fiscalía apelará a dictamen que revocó la prisión preventiva a Carlos Délano y Carlos Lavín

Los dueños del grupo Penta salieron ayer del anexo Capitán Yáber, quedando con arresto domiciliario total.

Revocan prisión preventiva de Délano y Lavín

Defensa de Pablo Wagner solicita revisar prisión preventiva

Fig. 4 - 7: Otros vínculos ampliadores

Se trata de más titulares pequeños que exploran más información afín al titular mayor ("Revocan prisión preventiva de Délano y Lavín" y "Defensa de Pablo Wagner solicita revisar prisión preventiva").

Luego, la inmediatez -llamada aquí "minuto a minuto"-, la independencia de publicación entre las ediciones impresa -que está sujeta a una hora de cierre- y la digital, se ve manifestada en "lo más reciente", a la derecha en el cuarto más bajo de la interfaz (fig. 4 - 8: Lo más reciente). En esta columna se ofrecen los contenidos que han sido publicados de forma cronológica.

No obstante esto, es posible muchos otros contenidos desplegados en la interfaz hayan sido también dispuestos de acuerdo a un criterio de temporalidad y, probablemente por su temática, hayan recibido una atención mayor, resultando en una posición más favorecida. El problema con esto es que los contenidos mostrados en la superficie no presentan un rastro que permita inferir su periodicidad. Aún así, con esta columna de "Lo más reciente" se logra constatar la esta independencia de entrega informativa entre ambas ediciones.

LO MAS RECIENTE	
23:37	Entretenimiento Secuelas de Cincuenta sombras de Grey se estrenarán en 2017 y 2018
23:14	Mundo Ex presidente Mujica actuará de mediador entre el gobierno colombiano y las Farc
23:11	Deportes Lebron James aventaja a los Cavaliers en la serie ante los Celtics
22:37	Negocios Obama defiende acuerdo de libre comercio Asia-Pacífico como motor de empleo
22:37	Mundo Ex jefe de la CIA condenado por divulgar secretos de Estado
22:08	Nacional Nube de cenizas llega hasta la V Región
22:04	Entretenimiento Ed Sheeran trajo su fenómeno juvenil a Santiago

Fig. 4 - 8: Lo más reciente

En términos de interactividad, la interfaz no cumple mayormente con las categorías; apenas tres de seis elementos están presentes. El buscador está en una posición privilegiada -a la derecha en el encabezado del sitio-, facilitando la interacción con el sitio en caso de buscar un contenido o temática específica (fig. 4 - 9: Buscador).



Fig. 4 - 9: Buscador

Finalmente, las redes sociales. El botón "Me gusta", de Facebook, para la cuenta de Latercera.com (Fig. 4 - 10: Me gusta) está ubicado justo abajo de la sección de La Tercera TV. Se trata de una posición bastante favorable para esta invitación a seguir al medio en dicha red social, con lo que se el usuario recibirá contenidos de manera más frecuente. Aunque este aspecto, el comportamiento de Latercera.com en redes sociales, escapa a esta investigación, vale la pena mencionarlo como una manera de interacción.



Fig. 4 - 10: Me gusta

Luego de esto viene una inserción de una publicación de Facebook de Latercera.com, operando como un usuario de tal plataforma (Fig. 4 - 11: Inserción de Facebook y comentarios), y presentado como un contenido independiente, en el que se ofrecen imágenes respecto a la erupción del volcán Calbuco.

Junto con esto, debido a las características propias de esta red social, la posibilidad de comentar está incorporada a esta inserción. Para hacer efectivo esto, sin embargo, sería necesario estar registrado en Facebook, lo que de alguna manera podría limitar la interacción con algunos usuarios que carezcan de alguna cuenta. No obstante, dadas las tendencias actuales, es seguro afirmar que la fracción de la audiencia limitada por esta característica sería mínima.



Fig. 4 - 11: Inserción de Facebook y comentarios



Fig. 4 - 12: Redes sociales

Para terminar, en el pie del sitio aparece una reiteración de la suscripción a la cuenta de Facebook de Latercera.com, así como también un ícono de Twitter para hacer lo mismo, extendiendo la interactividad (Fig. 4 - 12).

A modo de cierre del ejemplo de análisis, se puede apreciar el porqué de la hibridación de ámbitos cuantitativos y cualitativos para esta investigación: en primer lugar, la presencia o ausencia de elementos no admite matices; no obstante, se pueden hacer inferencias en base a éstas para postular explicaciones. Después de todo, aún como investigación, igualmente opera bajo una lógica de experiencia de usuario, interactuando con lo que la interfaz ofrece.

4.3.2 Validación del instrumento de análisis

Hernández et al. indican que un instrumento de medición debe cumplir con tres requisitos básicos: confiabilidad, "grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes" (277); validez, "grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir (278); y objetividad "grado en el que el instrumento es permeable a la influencia de sesgos y tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan" (287).

Por este motivo, antes de ser aplicado al total de interfaces propuesto en el muestreo, esta matriz fue probada con dos sujetos de las siguientes características: sexo femenino, 52 años, educación universitaria finalizada; y sexo masculino, 26 años, educación universitaria en curso.

La prueba consistió en la aplicación de la matriz -búsqueda de: texto, imagen, sonido, video o vínculos hacia los mismos; hipervínculos, horas de publicación de contenidos y actualizaciones inmediatas; y buscador, encuestas, comentarios, invitaciones a enviar material, manifestaciones de redes sociales (íconos, invitaciones a seguir las cuentas e inserciones), y contenidos interactivos- a cuatro interfaces, una por cada período a evaluar y seleccionadas de forma aleatoria (lunes 19 de junio de 2000, miércoles 6 de julio de 2005, lunes 21 de junio de 2010 y miércoles 18 de marzo de 2015). Luego de realizado esto, los sujetos debieron redactar un breve reporte con sus impresiones de los datos recolectados y que declararan lo que, desde su perspectiva, estuvieron midiendo.

4.3.3 Resultados de la prueba

La aplicación de la matriz a las interfaces por ambos sujetos arrojó resultados coincidentes. Lo único que se diferenció fue la manera de marcar las respuestas: en un caso fueron indicadas con una "x", mientras que en el otro con un "si" o "no"; es decir, sólo aspectos visuales.

Por lo demás, sus impresiones manifestadas en los reportes variaron en cuanto a que uno enfatizó los aspectos multimediales, mientras que el otro remarcó la interactividad que prestó el sitio web; sin embargo, ambos declararon expresamente que aquello que evaluaron al aplicar la matriz fue la evolución del mismo.

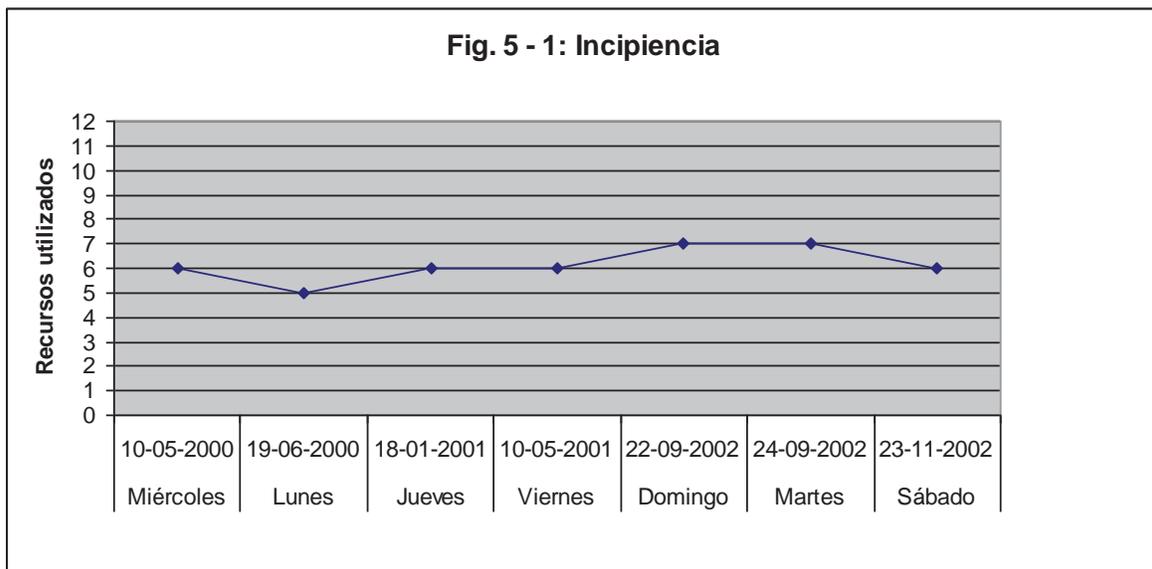
Es, entonces, concluyente que como instrumento de análisis la matriz es confiable y objetiva, al arrojar resultados exactos sin importar las características de quién la aplica, y es válida al medir la evolución del sitio web desde un periodo inicial hasta un presente.

Las matrices llenadas por estos sujetos de prueba y sus reportes - transcritos de la manera más fiel posible, aunque corrigiendo faltas ortográficas y de digitación- figurarán adjuntos en el apartado de anexos.

Capítulo V - Resultados del análisis

5.1 Periodo de incipencia

Durante el primer período de estudio, denominado "incipencia", es posible apreciar un uso moderado de recursos, de hecho, éstos son más bien básicos. El gráfico (Fig. 5 - 1: Incipencia) ilustra que, en términos netos, del total de doce elementos, sólo se contabilizan de cinco a siete en las interfaces para esta sección temporal. El punto más alto alcanzado corresponde a septiembre del 2002.



Los recursos presentes en este período fueron, en cuanto a multimedialidad, texto, imagen y sonido; en la hipertextualidad, sólo figuró el minuto a minuto -los contenidos publicados con regularidad, independientes de la edición impresa-; mientras que en la interactividad, las interfaces presentaron buscador, encuestas y la posibilidad de comentar en foros.

5.1.1 Multimedialidad: primeras exploraciones

Texto e imagen siempre están presentes, lo que resulta obvio, ya que al ser recursos visuales están comprendidos desde la lógica del diario impreso, que es desde donde La Tercera salta al Internet. Además de eso, el medio se aventuró a sumar el formato auditivo para los finales de este período (ver Fig. 5 - 2: Multimedialidad), lo que significa una exploración de las posibilidades que ofrece este terreno nuevo para las plataformas informativas. No obstante, estos recursos no están presentes como tales en la interfaz, sino que como un vínculo a una categoría. WayBack Machine no los tiene archivados, por lo que es imposible cuantificarlos más allá de su mera presencia.

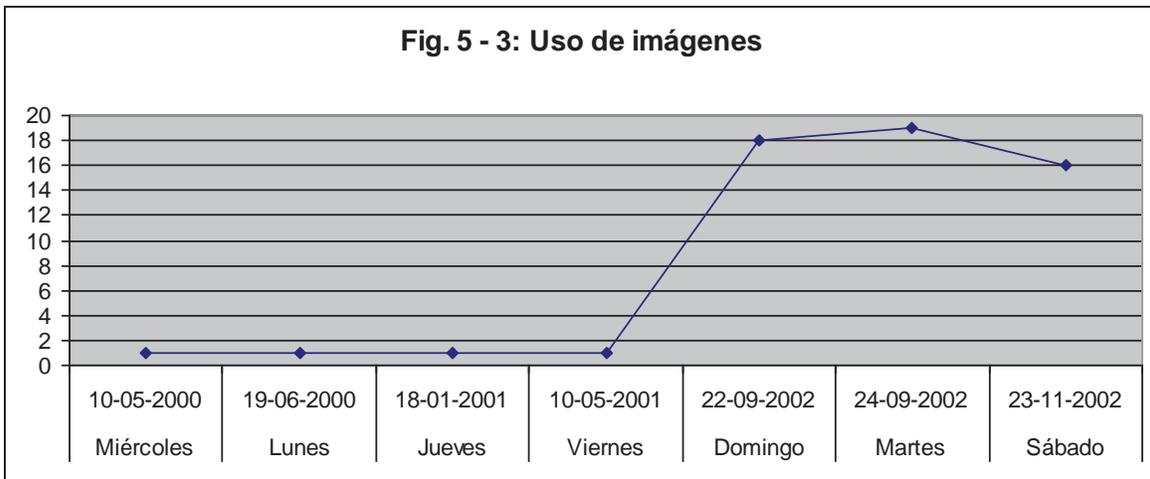
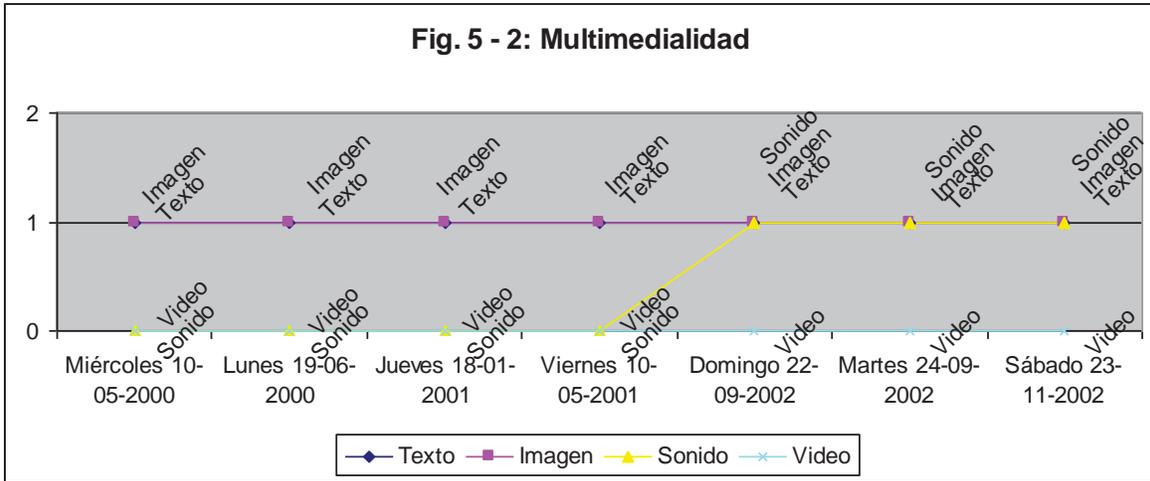
Como recursos, el más utilizado es el texto, mientras que las imágenes son escasamente desplegadas durante los años 2000 y 2001 -desde una sola fotografía en uno a dos contenidos-; mientras que para el 2002 ya se aprecia una cifra mayor -esto entre aquellas que acompañan a los contenidos, que siguen siendo dos, y otros *thumbnails*⁸ para secciones o contenidos secundarios- (Ver Fig. 5 - 3: Uso de imágenes) y el sonido sólo es un vínculo en la misma.

Probablemente esto se deba a dos razones -ambas con la raíz común de la precariedad de las conexiones a Internet en esos años⁹ -: poblar con imágenes la interfaz haría más lenta la navegación e, igualmente, los archivos de sonido habrían tardado más en cargar; o bien el mismo servidor de origen de La Tercera era igualmente limitado y no habría soportado demasiados elementos.

⁸ Imágenes en miniatura para ayudar a la organización de información o contenidos.

⁹ Apenas cercana a los 64 kilobytes descargados por segundo (kbps) versus las conexiones actuales, de las que las más lentas alcanzan los 2 megabytes por segundo (mbps) (Consultado en http://www.aui.es/?page=doc_histo_article&id_article=2898, en octubre del 2015; y en <http://www.latercera.com/noticia/tendencias/2014/07/659-584754-9-velocidad-promedio-de-internet-en-chile-crece-17-en-ultimo-ano.shtml>, en septiembre del 2015, respectivamente).

La misma explicación sirve para el salto perceptible entre 2001 y 2002: las conexiones o el servidor de Latercera.com podrían haber mejorado, permitiendo una mayor cantidad en este recurso. Aun así, éstas mantienen un tamaño pequeño, probablemente para optimizar el tiempo de respuesta del sitio, y están ubicadas todas en el costado derecho de la interfaz para secciones, una propuesta de expansión del sitio.

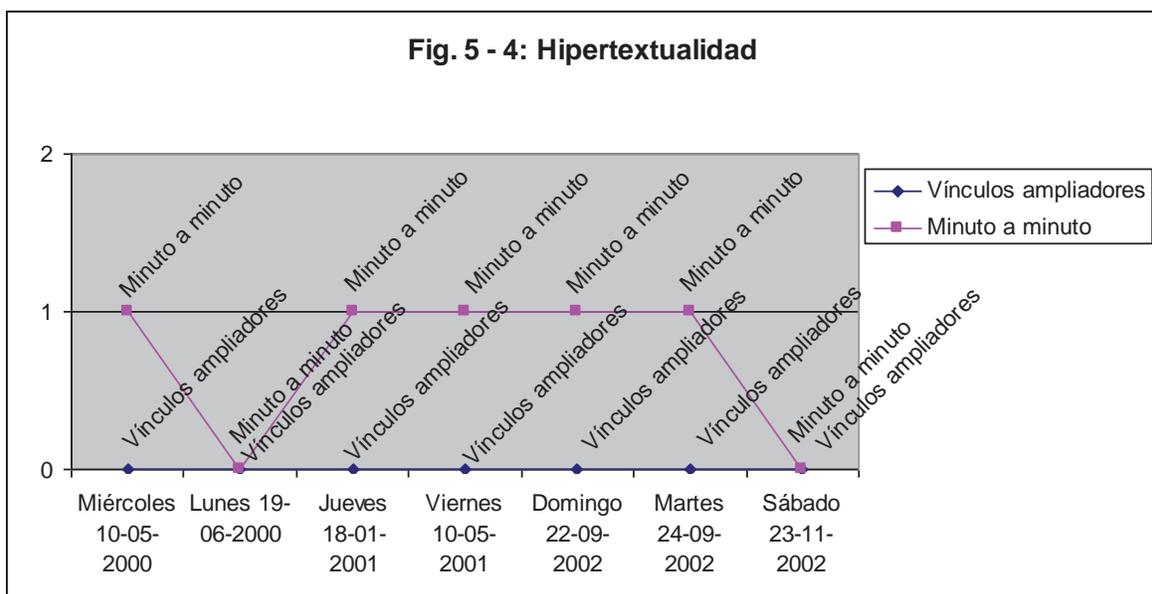


5.1.2 Hipertextualidad: rutas de lectura todavía cerradas

Para la hipertextualidad, el escenario es bastante fijo. El principal protagonista en este aspecto corresponde a la inmediatez, debido a que al ser publicados en una página web, los contenidos no tenían que esperar a la impresión para ser leídos.

Existe una independencia entre las dos ediciones -sin embargo, es preciso tener en cuenta que ésta no es absoluta, pues algunos de los contenidos del diario igualmente figuraron de forma destacada en el sitio-. En términos gráficos, el "minuto a minuto" de Latercera.com sigue una línea más o menos continua, aunque a veces este recurso se ausentó el lunes 19 de junio del 2000 y el sábado 23 de noviembre de 2002 (Fig. 5 - 4: Hipertextualidad).

No es de extrañarse que en estas dos ocasiones la edición online haya sido un reflejo de la impresa, ya que dada la presión habitual en el trabajo periodístico, los esfuerzos podrían haber estado todavía enfocados a la versión material, por lo que el tiempo y mano de obra podrían no haber sido suficientes para desarrollar contenido para el sitio web.



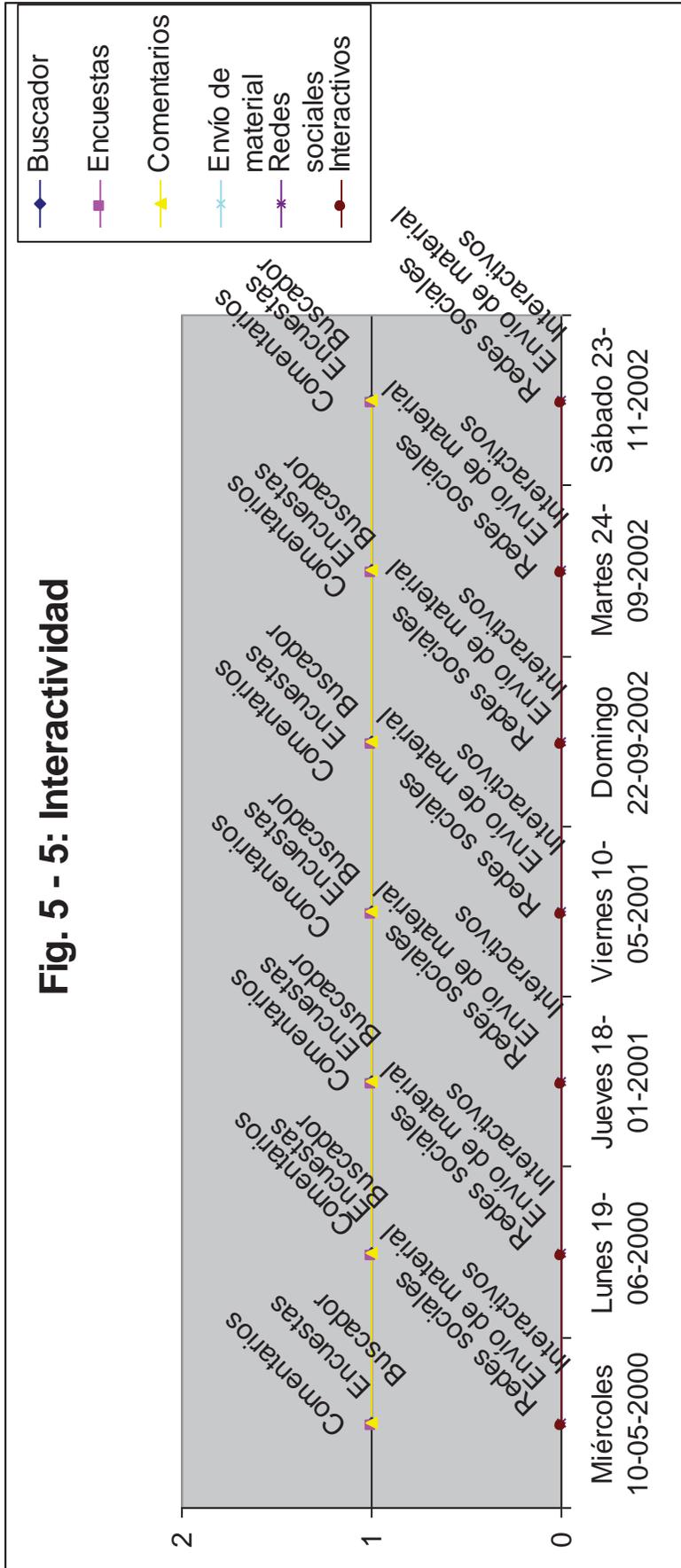
5.1.3 Interactividad: expectativa de respuesta

Éste es el punto más fuerte de la propuesta web incipiente de La Tercera, pues incluso pese a lo precario de la época, esto estaba bastante exacerbado, con tres de seis elementos en total -y en concreto cinco, si consideramos que las redes sociales no eran una realidad posible para el sitio web de aquel entonces- (ver Fig. 5 - 5: Interactividad). Se favorecía en gran medida la participación del usuario del sitio.

En primer lugar, el buscador ofrece a quien navega la posibilidad de ir directamente a un contenido ya conocido o acceder a publicaciones de interés al ingresar categorías temáticas. Vale decir, el usuario produce un estímulo y el medio digital reacciona, abriendo distintos abanicos de información a consumir.

Actualmente, éste es un elemento básico, incluso infaltable, en los sitios web. En este período, con toda la inexperiencia del medio, podría ser perdonable que no estuviera presente, pero lo estaba. Aunque cabe resaltar que su posición en la interfaz no lo favorece (cuarto intermedio inferior), requiriendo de *scroll-down*¹⁰, con lo que se pierde tiempo en la navegación y, por tanto, interés.

¹⁰ Acción de hacer retroceder o avanzar la interfaz a través de la pantalla del dispositivo.



Siguen las encuestas, manifestadas en preguntas a la audiencia respecto de temas de la contingencia del momento o las tendencias políticas de los usuarios. Todas las respuestas eran recogidas para después ser publicadas como contenidos. Muestra claramente un interés por parte del medio en quiénes lo estaban consumiendo, a la vez que incitaba a sus lectores a participar, aunque indirectamente, en la construcción de dichos informes con los resultados de sus encuestas.

Para finalizar, Latercera.com proponía foros. Aunque en ese momento no existía la posibilidad de comentar en los mismos contenidos, el sitio sí se interesaba en recoger las opiniones de su audiencia respecto de los temas contingentes, más allá de una respuesta de sí o no a una pregunta sencilla.

Esta característica reflejaría de alguna manera el público objetivo al que apunta La Tercera, que corresponde a una audiencia relativamente joven y, por tanto, dispuesta a aprender a utilizar estas nuevas posibilidades de la comunicación. En definitiva, personas que, si bien manifiestan una ideología cercana al conservadurismo político, probablemente no se habrían negado a explorar nuevos horizontes abiertos por la tecnología del momento¹¹.

A partir de esto, es fácil concluir que, por lo menos en esta primera etapa del desarrollo de Latercera.com, la oportunidad que el medio veía en el internet era la capacidad de conectarse con el público, antes que ofrecer una mayor cantidad de formatos en la entrega de la información.

¹¹ Consultado en <http://www.observatoriofucatel.cl/wp-content/uploads/2008/11/resumenejecutivoestudiopercepcionesdediarioschilenos07072006.doc>, en septiembre de 2015.

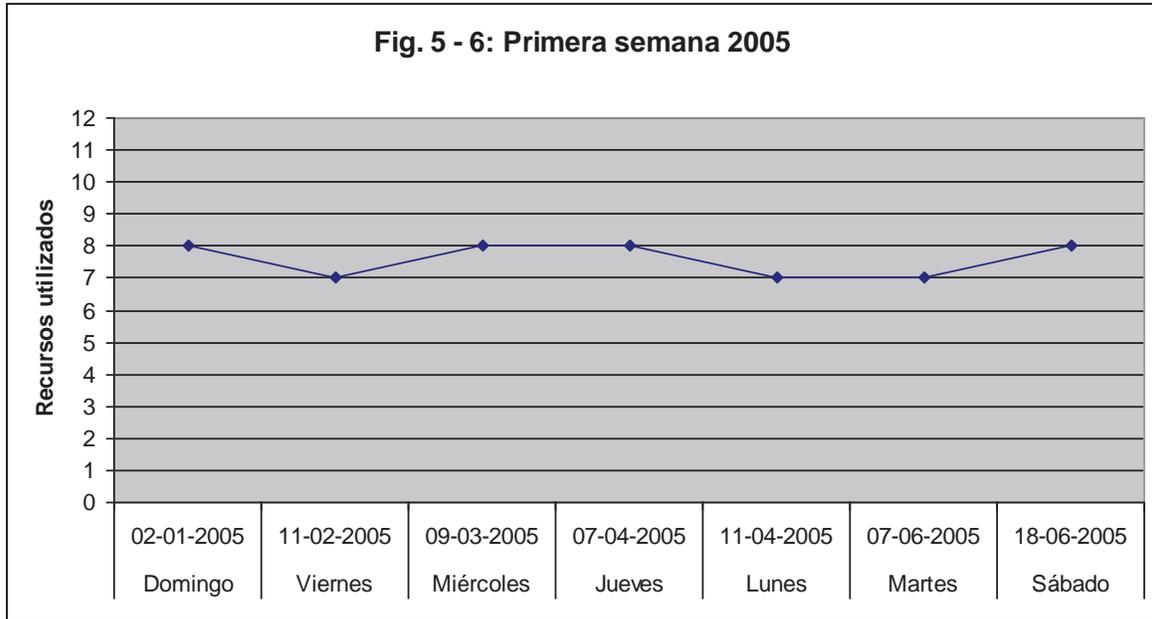
En ese sentido, se mantuvieron más o menos fieles a lo que es la publicación de contenido periódico -en un sentido bastante literal-, y con una frecuencia aumentada gracias a la independencia entre las ediciones impresa y digital. Y ante esta circunstancia, esperaron la participación de los receptores del mensaje. En otras palabras, el Internet significó la aplicación de un modelo de comunicación más bien bilateral.

5.2 Primera semana 2005

En la segunda sección temporal analizada, Latercera.com tiene un comportamiento relativamente sinuoso. Comienza agregando un recurso más a su repertorio, para luego descender un punto en un día, situándose en la misma cantidad de recursos utilizados que en su punto más alto del período incipiente. Luego vuelve a ascender a la posición inicial de esta semana y, nuevamente, cae un nivel en la escala por otras dos jornadas. Finalmente, regresa a la posición inicial (ver Fig. 5 - 6: Primera semana 2005).

Esto sigue siendo un empleo bastante moderado de las posibilidades que el medio digital ofrece, aunque sitúa al medio en un índice claramente superior al promedio anterior.

A partir de este periodo, se ofrece la Edición Electrónica, la versión digitalizada del diario impreso, aunque está disponible sólo para suscriptores del mismo. Vale la pena mencionarla como característica sumada al sitio a través del tiempo, sin embargo, no es considerado en cuanto a los recursos contabilizados, ya que no presenta mayor diferencia a la edición física aparte de poder ser visualizada en una pantalla; en otras palabras, las dimensiones de interés para esta investigación -multimedialidad, hipertextualidad e interactividad- presentes en ésta siguen siendo las mismas.



5.2.1 Multimedialidad: vuelta al origen

Pese a que el sitio exploró con la incorporación del sonido como formato de entrega de información, para esta semana no se apreció el uso de éste. Realmente, la multimedialidad es pobre en el sentido de que sólo utiliza texto e imagen, un lógica muy cercana a una versión digitalizada de la propuesta física (Fig. 5 - 7: Multimedialidad).

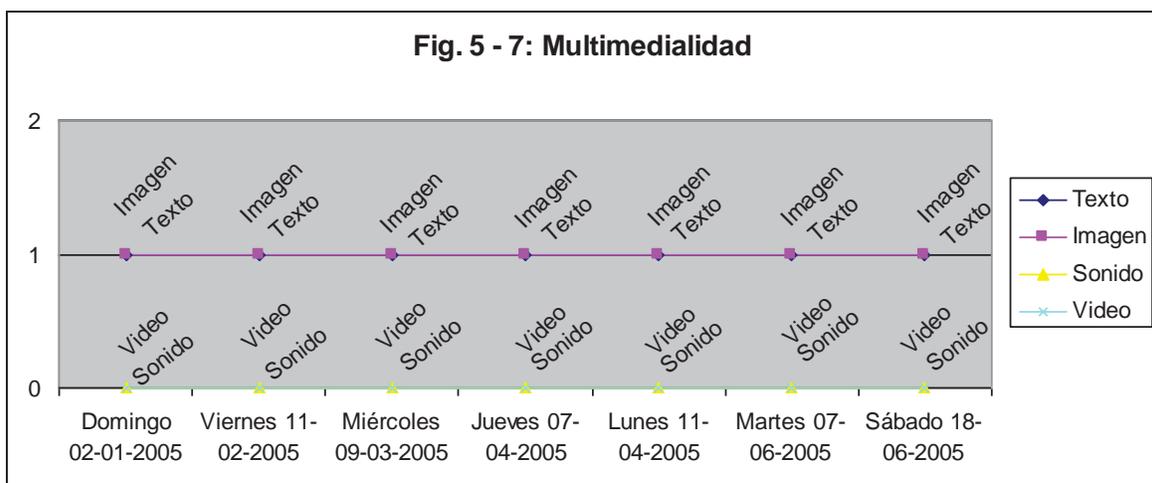
Cabe resaltar que el empleo de imágenes sí vio un aumento. En las interfaces del período de incipencia, sólo se desplegaban de una a dos imágenes (una cantidad que, para términos comparativos con este periodo, no amerita un gráfico) acompañando los titulares, mientras que en esta ocasión las cifras van desde 16 a 25 -entre fotos de contenidos, *thumbnails* y galerías- (ver Fig. 5 - 8: Imágenes usadas).

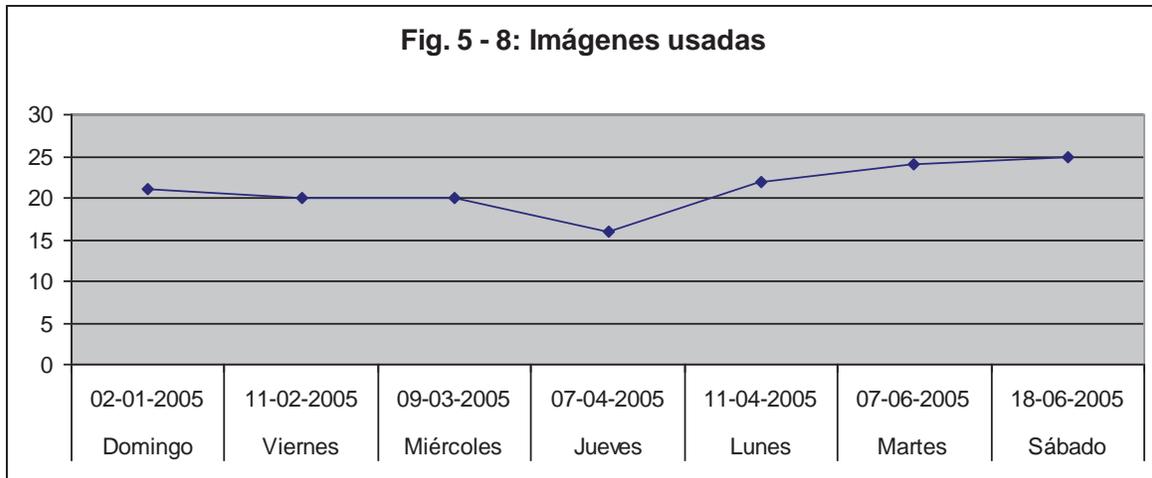
Con el paso del tiempo, el medio se aventuró a sumar cada vez más fotografías. Un correlato al patrón que siguieron los medios impresos, los que en sus orígenes contaban únicamente con texto y luego fueron incorporando dibujos

clichés hasta imágenes genéricas. Ciertamente que, en este caso, este crecimiento parece mucho más rápido.

En cuanto a los punto más alto y el más bajo, éstos corresponden al sábado 18 de junio y jueves 7 de abril respectivamente. El primero, se destaca por ofrecer varias galerías: "las fotos del día" de una manifestación en España contra la ley de matrimonio homosexual, "las bellezas que acompañan al hombre murciélago" y "el batimóvil a través del tiempo" -en vísperas de la película *Batman begins* de Christopher Nolan-; es decir, un acontecimiento con gran cobertura gráfica y un estreno cinematográfico bastante popular. En el segundo caso, hay una cantidad menor debido a la predominancia de una lógica de catálogo de hipervínculos, esto es, una serie de titulares en orden descendente cuyas temáticas no están vinculadas.

Por otro lado, la ausencia de audios, los que ya habían sido incorporados en versiones anteriores, podría explicarse en este énfasis que tuvieron las imágenes: el ancho de banda de las conexiones habría estado dedicada a la descarga de éstas. Eso, o bien que el sonido todavía no cuajaba para la audiencia en un sitio al que podría haber asociado más con el texto.





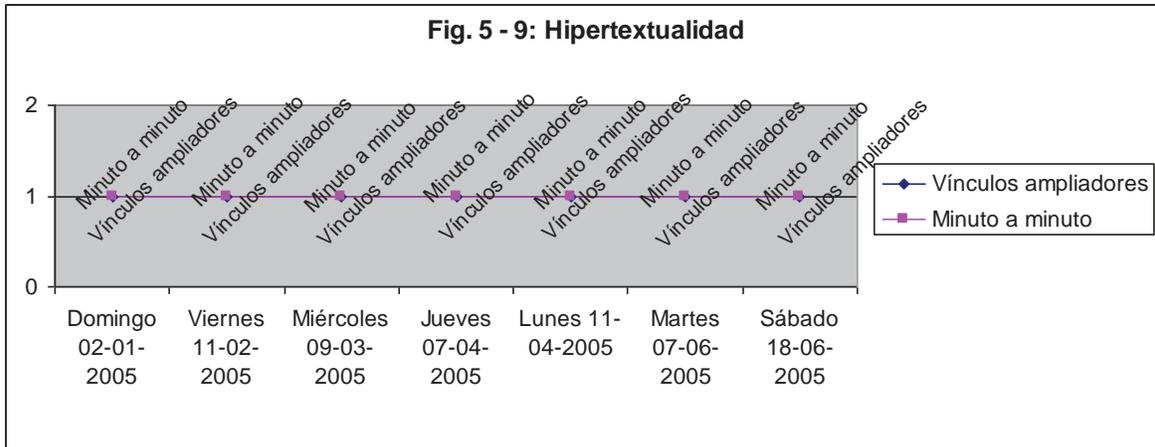
5.2.2 Hipertextualidad: las rutas se abren

La hipertextualidad es otro aspecto que se mantuvo continuo en esta semana, aunque incorporando un recurso más para este periodo: los vínculos ampliadores (ver Fig. 5 - 9: Hipertextualidad).

La inmediatez -denominada aquí como minuto a minuto- hace que las dos ediciones, impresa y digital, tengan independencia entre ellas; mientras que los vínculos ampliadores pueden ofrecer más volumen de información afín a un contenido que las notas secundarias de los diarios.

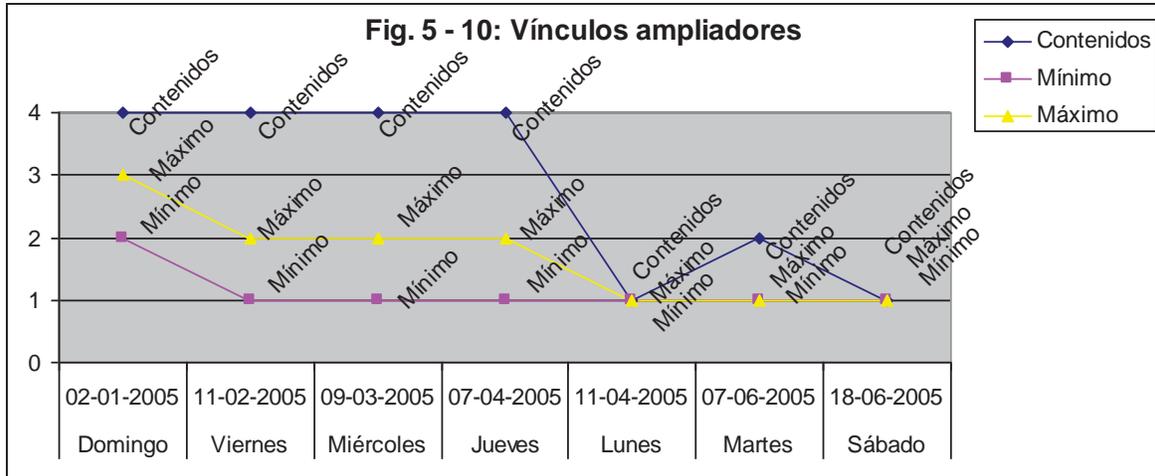
Esto porque una carilla de diario tiene un espacio limitado en el que desplegar texto, mientras que un sitio web puede acceder a un número mayor de páginas¹² en las que publicar contenido.

¹² Una "página" web es una interfaz individual, a diferencia de un sitio web, que corresponde al conjunto total de páginas.



Vale la pena graficar la cantidad de vínculos ampliadores que se ofrecieron, aunque no todos los contenidos presentaron. Normalmente se trató de temas complejos o que suscitaron reacciones, los que ameritaron otros vínculos para cubrir sus aristas. En el gráfico (Fig. 5 - 10: Vínculos ampliadores) se aprecia la cantidad de contenidos que presentaron este recurso -un máximo de cuatro en las cuatro primeras interfaces- y cuántos se ofrecieron, en un rango de uno a tres por cada contenido.

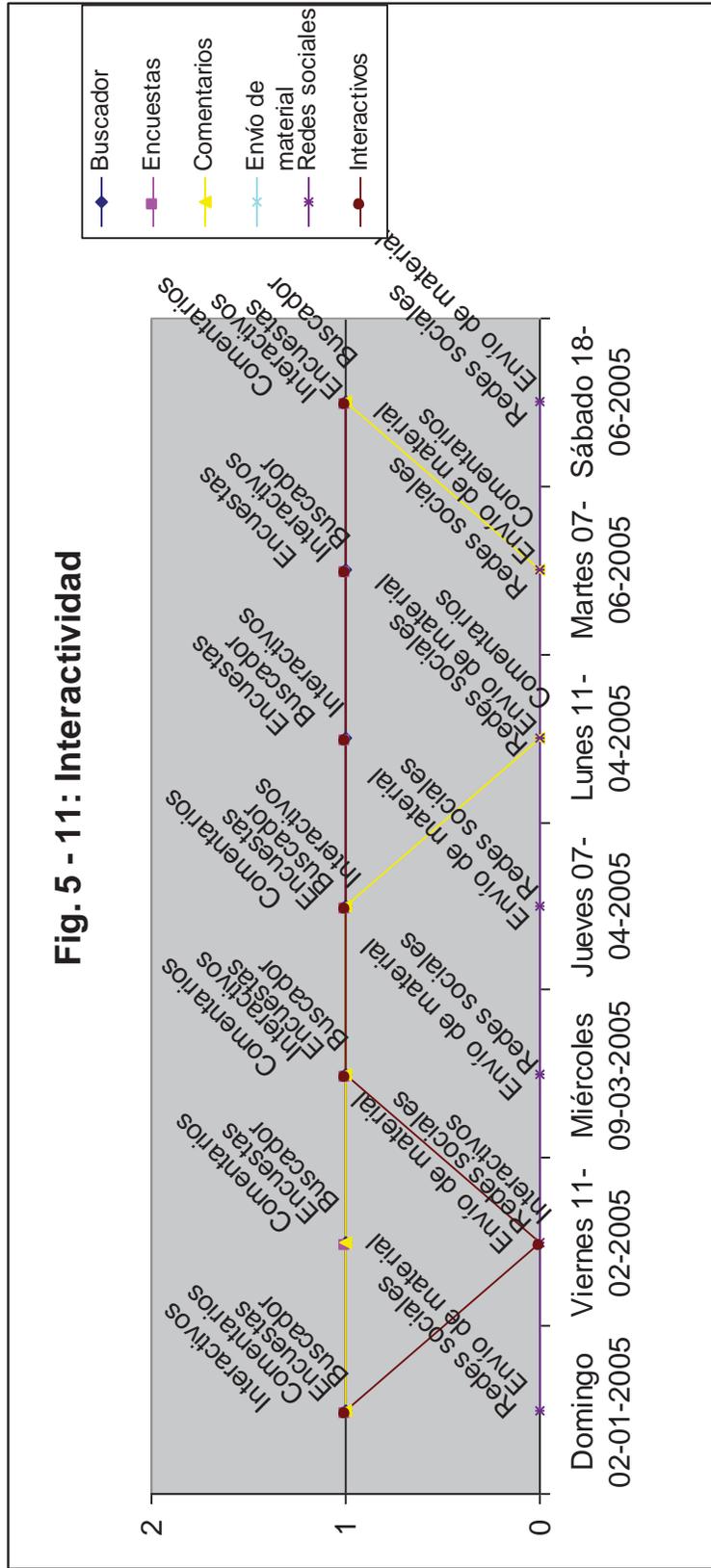
Los números altos se explican porque, para estos días, todavía estaba incorporada una columna en la que se ofrecían reportajes que, si bien eran de la versión impresa, representaban distintas rutas de lectura. Una mención destacada merece el domingo 2 de enero, cuando se alcanzó el máximo de historias complementarias para este periodo; los temas fueron la búsqueda de una ciudadana chilena perdida en las islas Phi Phi de Tailandia, la que tuvo tres notas, además de la principal, que expandieron la información; la carrera presidencial de Bachelet para las elecciones del final del 2005, con otros tres contenidos supeditados; y el séptimo lugar obtenido por Carlo de Gavardo en el Dakar, con dos hipervínculos.



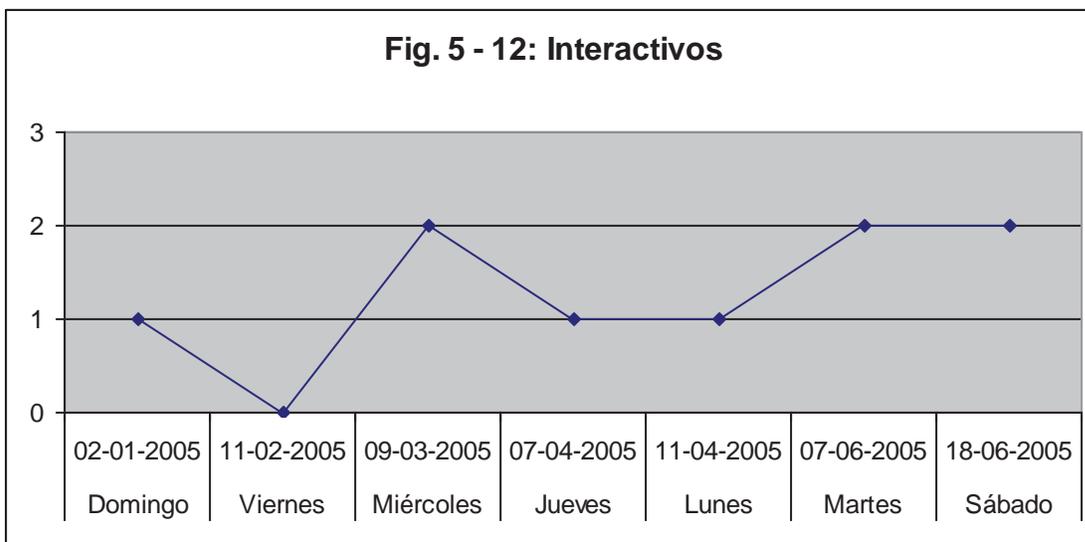
5.2.3 Interactividad: surge una nueva especie

Esta dimensión del sitio web parte incorporando una cantidad similar de recursos que en el periodo anterior. Sin embargo, al quinto y sexto día los comentarios dejan de ser percibidos. Éstos vuelven en la última interfaz analizada.

También, es importante señalar que desde este período el sitio web suma un tipo de contenido especial, las infografías digitales llamadas "interactivos", un mapa explicativo de distintos sucesos de la época. La caracterización de este tipo de contenido es difícil, ya que involucra absolutamente todos los aspectos a analizar -es multimedial al presentar distintos formatos, hipertextual al ofrecer distintas rutas de lectura, e interactivo al responder ante los estímulos del usuario. Y es finalmente por eso que serán apuntados en la interactividad, porque son "micronavegaciones", tal como un sitio web en una escala mucho menor, lo que representa, valga la redundancia, una interacción- (Fig. 5 - 11: Interactividad).



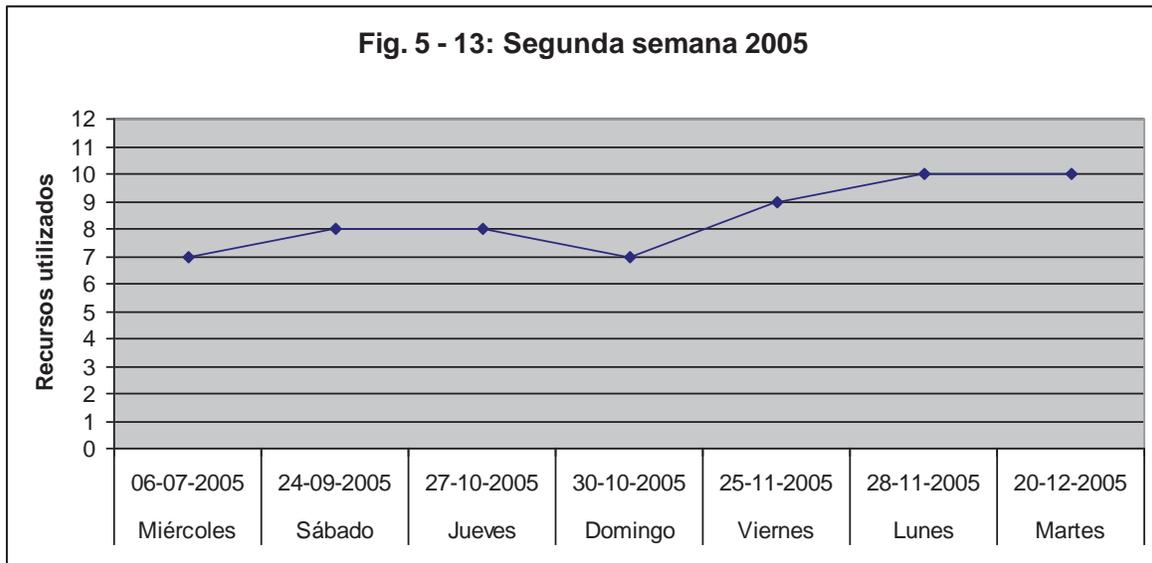
Estos contenidos interactivos tienen una presencia similar a los vínculos ampliadores en el sentido de que su número depende de los acontecimientos de la época. Los días en los que más apariciones tuvieron fueron el miércoles, martes y sábado (Fig. 5 - 12: Interactivos), con temáticas como el camino a la santidad del Padre Hurtado, la tragedia de los militares de Antuco y la Reforma Procesal Penal -y en algunos casos se repiten-, para los que se desarrollaron estos mapas interactivos a modos de recorridos de los cambios en los procesos o etapas del acontecimiento.



En definitiva, desde la incipencia hasta la primera semana tipo del 2005 no hubo un aumento considerable de categorías de recursos web implementados, incluso podría decirse que existió un ligero retroceso.

Sólo se incorporaron los vínculos ampliadores a algunos temas de interés, lo que se ve opacado por la ausencia total de sonido y la desaparición ocasional de los comentarios. Pero, por otro lado, sí hubo un crecimiento en el volumen de imágenes publicadas. Esto bien puede deberse a, como se dijo con anterioridad, a la factibilidad técnica de las conexiones a internet de los hogares -la que habría aumentado desde el último año considerado en la incipencia, el 2002, hasta el 2005-.

5.3 Segunda semana 2005

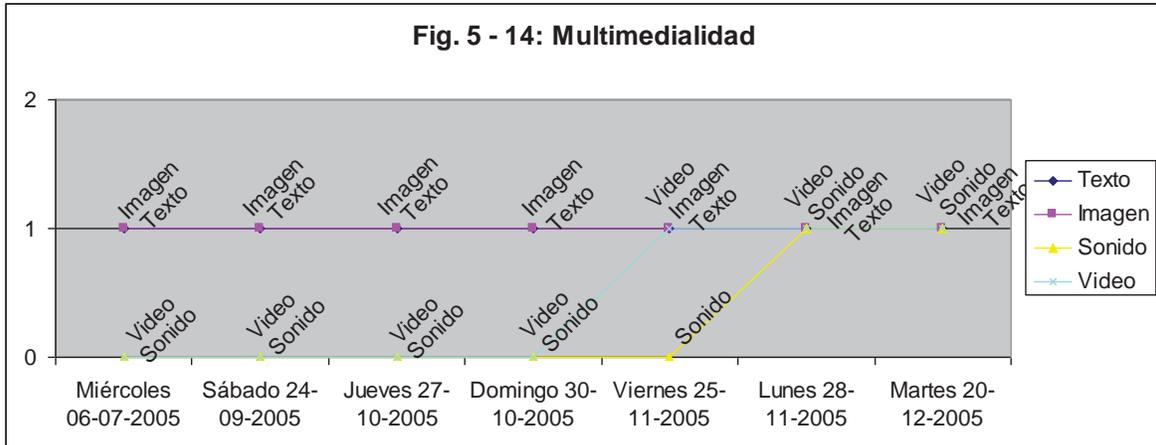


Para el segundo semestre ya puede hablarse de un aumento considerable del uso de recursos en el sitio web de La Tercera, llegando hasta un máximo de diez (Fig. 5 - 13: Segunda semana 2005).

Aunque el inicio de este período fue débil, equiparable a la incipencia, y presentó una depresión leve a la mitad -un regreso a la primera jornada, en términos numéricos-, luego de una modesta alza, hacia el final mostró un repunte considerable, situándose apenas dos niveles por debajo de la totalidad de recursos estipulados para esta investigación. Es un logro considerable para la sección temporal, ya que aún se trata de una época temprana.

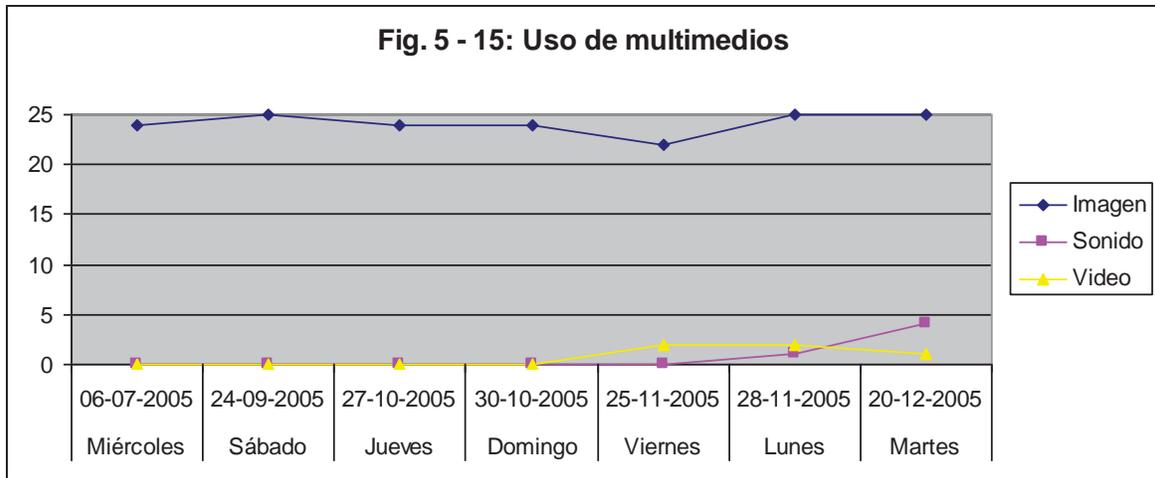
5.3.1 Multimedialidad: totalidad desequilibrada

Este incremento final se debió principalmente a aspectos multimediales, ya que en sus últimos tres días incorporaron video y para noviembre y diciembre ya habían sumado recursos auditivos (ver Fig. 5 - 14: Multimedialidad).



El rango de uso de imágenes se mantuvo en el mismo máximo de 25, aunque disminuyendo el mínimo a 22. Esto se debería a que el diseño web no presenta mayores cambios desde el semestre pasado, así conservando los espacios dedicados a fotografías.

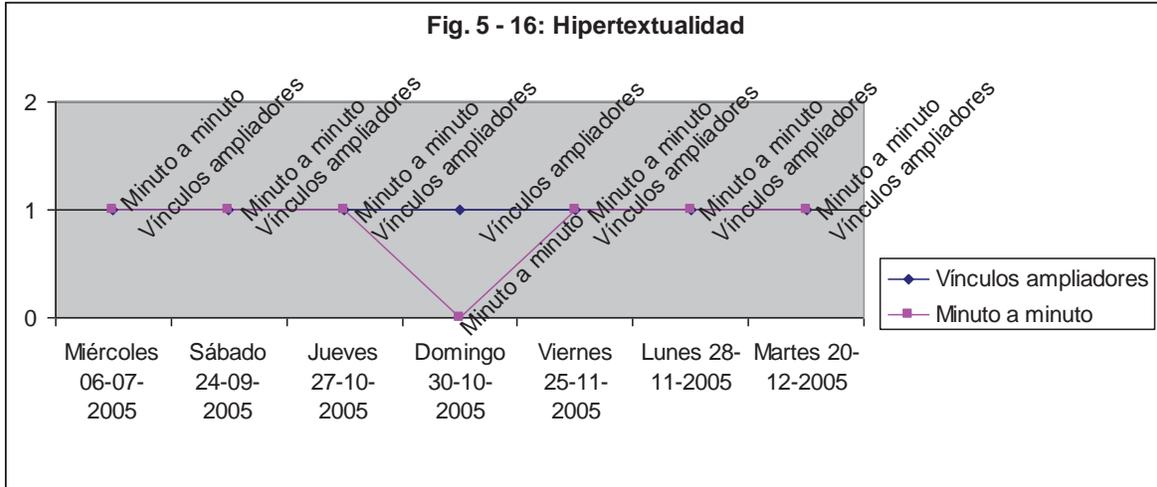
Por su parte, los audios ofrecidos corresponden a una cuña del entonces candidato a la presidencia Sebastián Piñera sobre la venta de la aerolínea LAN, y luego declaraciones de los cuatro postulantes a La Moneda -Sebastián Piñera, Joaquín Lavín, Michelle Bachelet y Tomás Hirsch-, de cara a las elecciones. Los videos fueron la franja de Piñera, Ronaldinho haciendo malabares con el balón -el cual se repitió al día siguiente-, abusos de la Marina británica y una parodia de Lego a Star Wars (Fig. 5 - 15: Uso de multimedios).



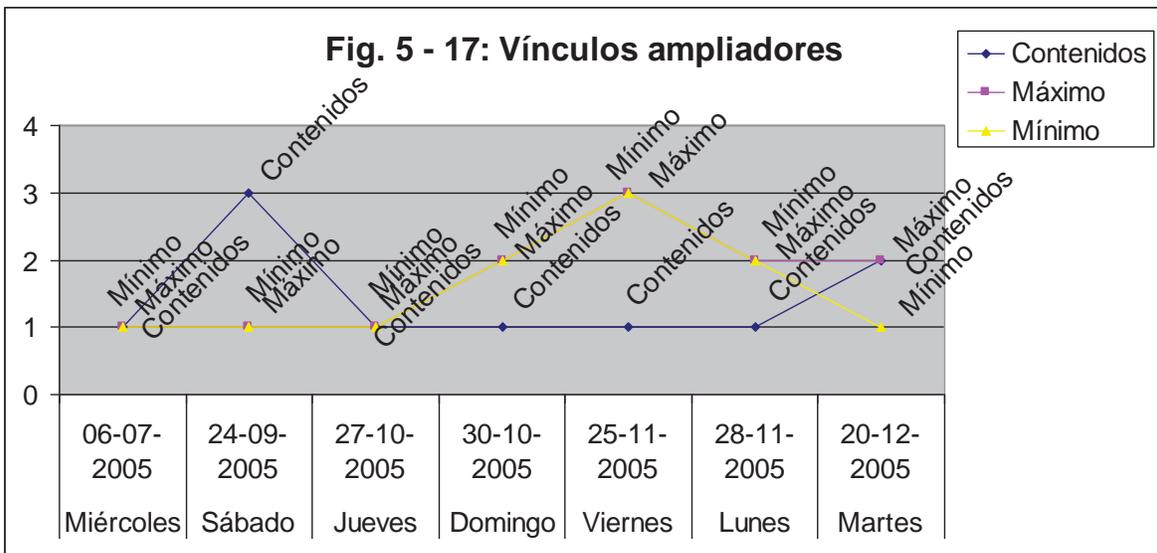
No obstante esta incorporación, es todavía muy débil; priman las imágenes y el texto, como en un diario impreso. Pueden catalogarse como experimentos por parte del medio, intentos por explorar el nuevo soporte y expandirse hasta alcanzar todas las posibilidades que éste ofrece. Aún así, da cuenta de que Latercera.com está consciente de esta situación y, por pequeña que sea la incursión, la realiza.

5.3.2 Hipertextualidad: estabilidad

Si hay algo que se mantiene constante en estas interfaces, eso es la hipertextualidad. Para este período, únicamente se registra una ausencia en el minuto a minuto, ya que para esa ocasión, el sitio ofreció los mismos contenidos que la versión impresa, sin darse la independencia entre ediciones (Fig. 5 - 16: Hipertextualidad). Esta desaparición puede tener la misma explicación que cuando se percibió el mismo fallo en la incipencia: la presión del trabajo periodístico habría acaparado los esfuerzos, dejando a la edición online sin mano de obra disponible. O, también, que se haya tratado de un día con una agenda relativamente pobre y que los temas a reportear apenas hayan alcanzado para llenar la edición física. Son situaciones que pueden darse en la rutina de producción de contenidos periodísticos.



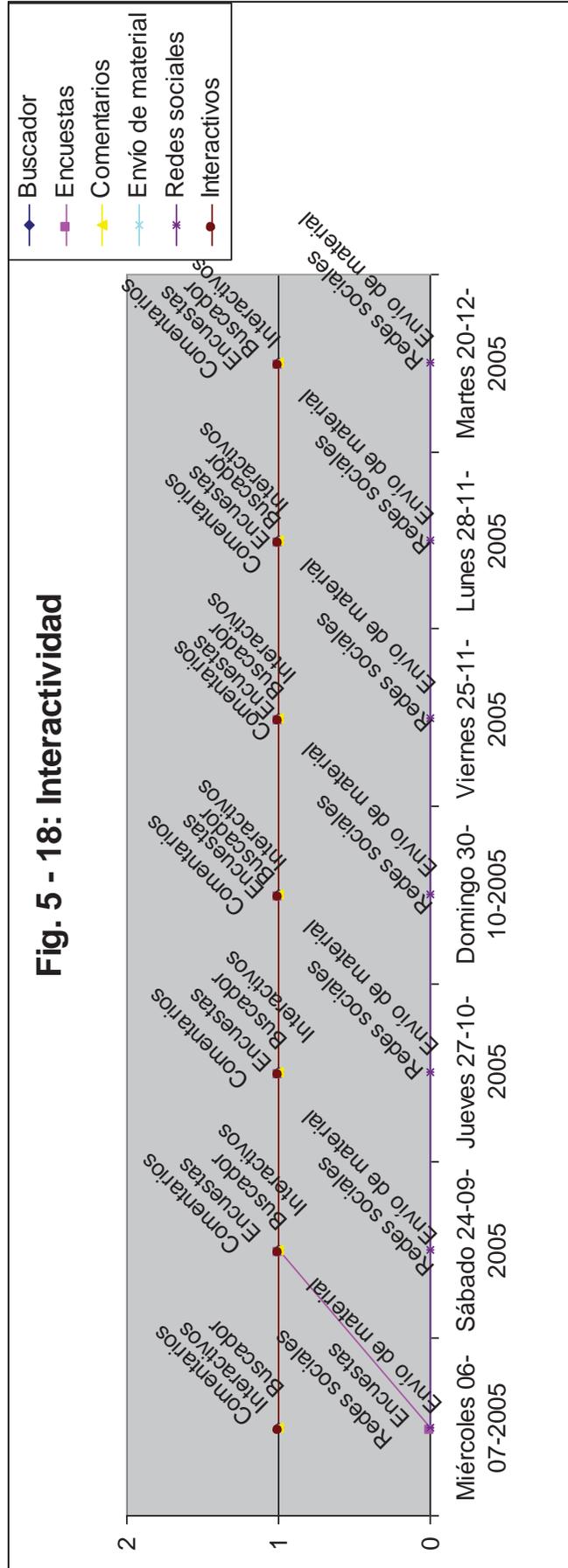
Los vínculos ampliadores también están presentes, pero en bajos volúmenes (ver Fig. 5 - 17: Vínculos ampliadores). La mayor cantidad de contenidos en presentar notas afines fue tres, con uno para cada titular -el sábado 24 de septiembre, con temas como la Copa Davis, el huracán Rita y el hallazgo del cuerpo sin vida de una estudiante en Valle Nevado-; después de eso fue sólo una historia la que recibió de uno a tres vínculos ampliadores y el día final fueron dos -asuntos políticos entre Lagos y Piñera, y la nacionalización del gas boliviano, el martes 20 de diciembre-.



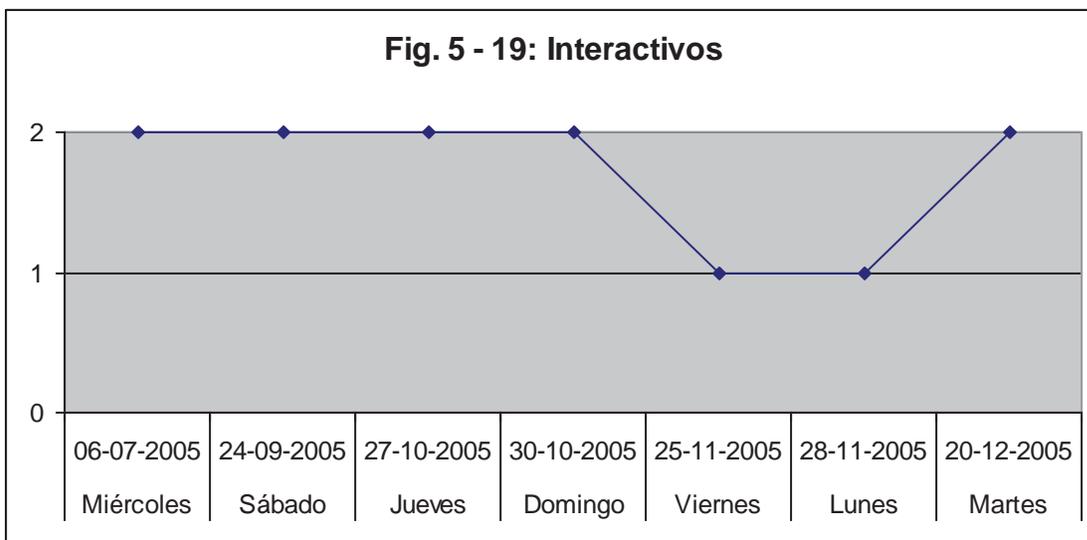
5.3.3 Interactividad: mantención del escenario

Este aspecto es algo que también se mantuvo estable. Únicamente al principio de la semana tipo, la encuesta se ausentó, pero fue reincorporada hasta el último día (Fig. 5 - 18: Interactividad). Fallas como esta pueden ser producto de un error en la programación del sitio: en el proceso la escritura de los códigos PHP o HTML¹³, lo que sustenta los elementos desplegados en la interfaz, aquel que permite que la encuesta aparezca pudo haber sido eliminado accidentalmente, borrándola para esa ocasión. Sin embargo, teniendo los conocimientos y experticia pertinentes, es de fácil solución. De modo que esta ausencia puede considerarse insignificante, haciendo que no haya cambios en absoluto respecto del periodo anterior.

¹³ Consultado en <https://www.uv.es/jac/guia/>, septiembre de 2015.



El comportamiento de los interactivos es también similar a la sección temporal anterior: no superaron los dos contenidos ofrecidos y a veces sólo era uno. Las temáticas más destacadas fueron los contratos y asesorías controversiales de Codelco, la Reforma Procesal Penal, el paso de los huracanes Rita y Katrina, la epidemia de la Gripe Aviar y el huracán Wilma, y el antes y después del Parlamento luego de las elecciones y los resultados de las mismas.



Para finalizar, el segundo semestre del 2005 mostró un alza en cuanto a la multimedialidad, mas no así en las otras dimensiones de un sitio web. Y al desglosar este aumento, se puede comprobar que es más bien nominal, ya que en términos prácticos se trata de esfuerzos relativamente escuálidos de incorporación de video y audio. Se emplean los cuatro formatos, pero las cantidades son bajas: cuatro cuñas de audio y dos clips de video versus 25 imágenes. La brecha es todavía demasiado alta.

Quizás la disponibilidad técnica de aquel entonces ya permitía el uso de tales recursos, aunque en cantidades menores, siendo la distribución inequitativa al favorecer las fotografías. O bien, ya que todavía quedan diez años por delante,

ésta es una etapa muy temprana en la historia de Latercera.com, por lo que estos contenidos todavía habrían sido experimentales.

Como medio, llevan mucho tiempo más publicando texto e imagen impresos y no terminan de acostumbrarse al entrono digital, por lo menos en su dimensión multimedial. Y, por otro lado, quizás su audiencia tampoco. La marca de La Tercera, por esos años, todavía podría haberse asociado a la lectura del diario "en Internet", antes que la información en sus cuatro formatos "a través de Internet".

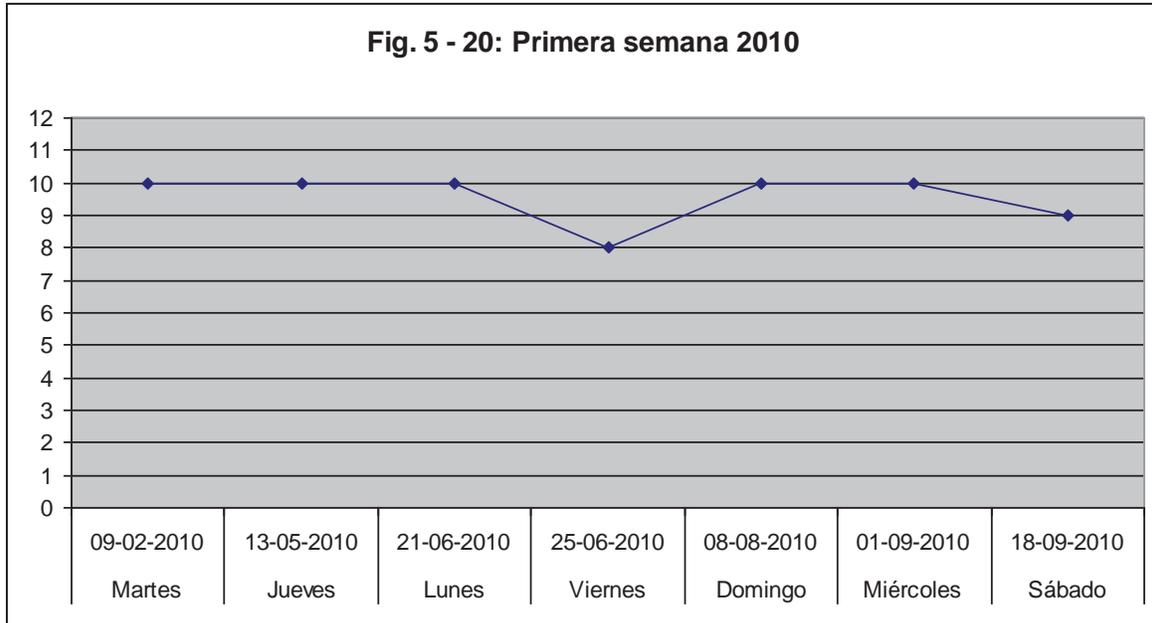
O dicho de otra forma, quizás la lectura de Latercera.com fuera percibida como la ventaja de no tener que comprar el diario para leer las noticias, al poder visualizarlas en una pantalla desde el escritorio de la oficina o la casa. Esto, antes que la comprensión de que a través del computador el consumo mediático podía enriquecerse con más multimedios.

5.4 Primera semana 2010

Este periodo analizado presenta una relativa estabilidad. Continúa con la misma cantidad de recursos netos empleados en el último día del periodo anterior y sólo registra dos caídas, una a la mitad y la otra al último día, siendo la primera la más significativa: dos puntos por debajo de la línea de diez (Fig. 5 - 20: Primera semana 2010).

Ya es una década la que La Tercera lleva en Internet, por lo que podría decirse que los experimentos ya quedaron atrás, y esta constancia de ciertos formatos y utilidades se debe a que ya han consolidado su producto online. No por nada es que en este año -aunque se aprecia mejor desde el segundo semestre- presentan un cambio en su diseño web -el color rojo y la tipografía de letra actuales, por ejemplo- que mantendrán hasta el cierre de esta investigación, con una ligera modificación en los últimos días analizados. No obstante esta consolidación, todavía se registran fluctuaciones en su área audiovisual, lo que será detallado más adelante.

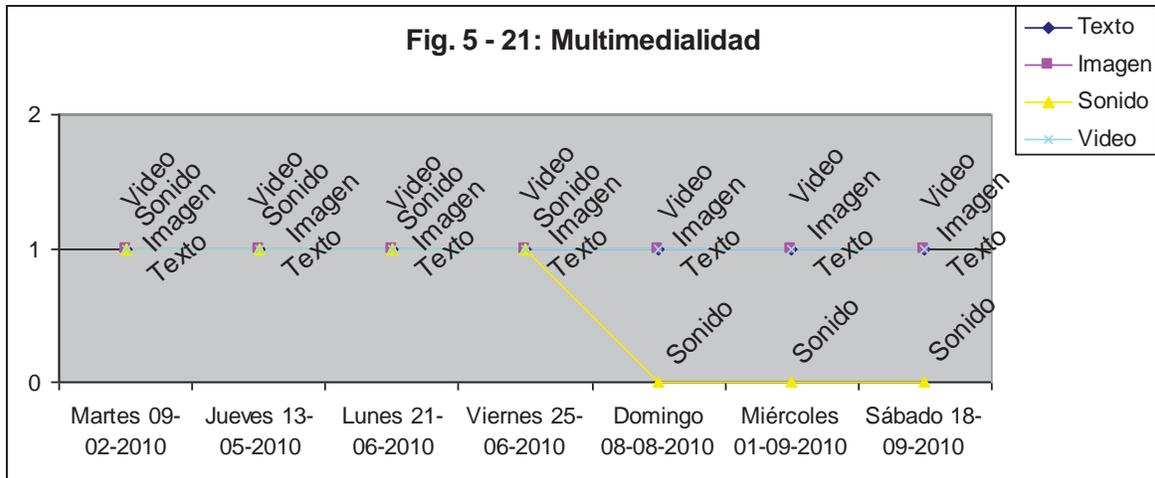
A partir de este periodo, Latercera.com ofrece la visualización del "Papel Digital", la versión del diario impreso digitalizado, de forma gratuita. Esta tendencia se mantiene presente hasta el último día de la última sección temporal analizada.



5.4.1 Multimedialidad: aparición de 3TV

La multimedialidad es total durante los cuatro primeros días de la semana, pero al quinto, el sonido desaparece para no volver. A partir de este período es que el video ya se mantiene con una presencia constante entre los formatos ofrecidos por el sitio web (Fig. 5 - 21: Multimedialidad). Esto se debe a que por esta época empezaron los esfuerzos de La Tercera por incursionar en la televisión con su proyecto "La Tercera TV"¹⁴, por lo que podrían estar esperando familiarizar su marca con este formato. Además de la incorporación de la plataforma de almacenamiento de videos, como *Youtube*, *Vimeo* o *Daily Motion*, lo que facilitó esta tarea.

¹⁴ <http://www.latercera.com/noticia/entretencion/2013/04/661-518650-9-3tv-como-sera-el-nuevo-canal-que-se-suma-a-la-television-abierta.shtml>, consultado en septiembre del 2015.



Es más, puede presumirse un salto no sólo a las pantallas, sino también a las transmisiones radiales, ya que en las primeras interfaces del semestre incluyeron un vínculo a una sección llamada "3Radio", aunque finalmente se esto se convirtió en un catálogo de emisiones digitales de estaciones pertenecientes al grupo económico Copesa. De todas maneras, es sonido que puede escucharse desde la interfaz del sitio.

A partir del segundo semestre -el cual es alcanzado para esta primera semana tipo, debido a la escasez de interfaces correspondientes al primero- y con un nuevo diseño web, "3Radio" desaparece y se ofrecen vínculos a los sitios independientes de las radios que alguna vez figuraron en dicha sección.

En la figura 5 - 22: Uso de multimedios se aprecia cómo la incorporación de videos se equiparó a las imágenes en algunos días, y en otras ocasiones incluso las superó. Para las últimas jornadas, las imágenes volvieron a ser el recurso multimedial más utilizado. A partir de este período, distinguiremos entre los videos a los que se haga referencia hipertextual o que estén insertados en la interfaz (videos (I)) y videos ofrecidos en La Tercera TV (videos (3TV)), ya que con esto podemos apreciar con mayor precisión el énfasis que este medio realizó a su área audiovisual.

En los primeros cuatro días, los vídeos (I), ofrecidos directamente en la interfaz, se mantenían por debajo de la decena, siendo más bien parte de los vínculos ampliadores; éstos eran ofrecidos también en la sección de La Tercera TV en la interfaz, lo que significaba una ligera redundancia, y no superaban las tres secuencias a primera vista. A pesar de eso, en cuanto a su batería total de contenidos audiovisuales (video (3TV)) las cifras son más altas, alcanzando la treintena, aunque con dificultad.

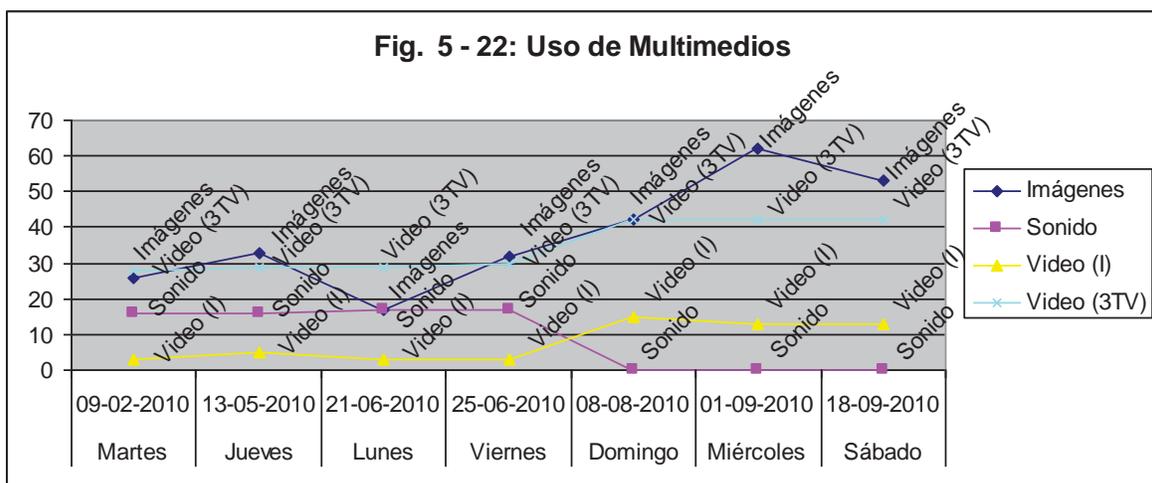
Para las tres últimas jornadas, en ambos casos hay aumentos: respecto a los videos (I), las celebraciones del Bicentenario nacional y el derrumbe en la mina de San José representaron temáticas con múltiples aristas que obtuvieron vínculos ampliadores de carácter audiovisual; mientras que, como iniciativa, La Tercera TV ya estuvo consolidada para ese entonces y permitió la categorización de sus contenidos en noticias, política, entretenimiento, deporte y otras temáticas, haciendo que los videos (3TV) alcanzaran la cifra estable de 42.

Asimismo, durante este periodo se ofreció una sección llamada HD Videos, que fueron contabilizados entre los videos (I), de índole miscelánea, más bien recreativos que informativos, aunque valen como adición al sitio web.

El caso del sonido es distinto: se mantuvo más o menos estable cuatro veces como inserciones en el sitio, contando así como implementación en la interfaz, para luego desaparecer. Ahora bien, en cuanto a las apariciones que tuvo, sus niveles superan la decena puesto que ofrecen dieciséis emisiones online de radios pertenecientes al grupo Copesa -especialmente cuando se trata de partidos del mundial en los que participó Chile-, y a veces presentan cuñas en audio en sus contenidos: dichos de Sabas Chahuán por la detención de un ciudadano paquistaní y declaraciones del gobierno Español referentes a donaciones para afectados por el terremoto de febrero del 2010.

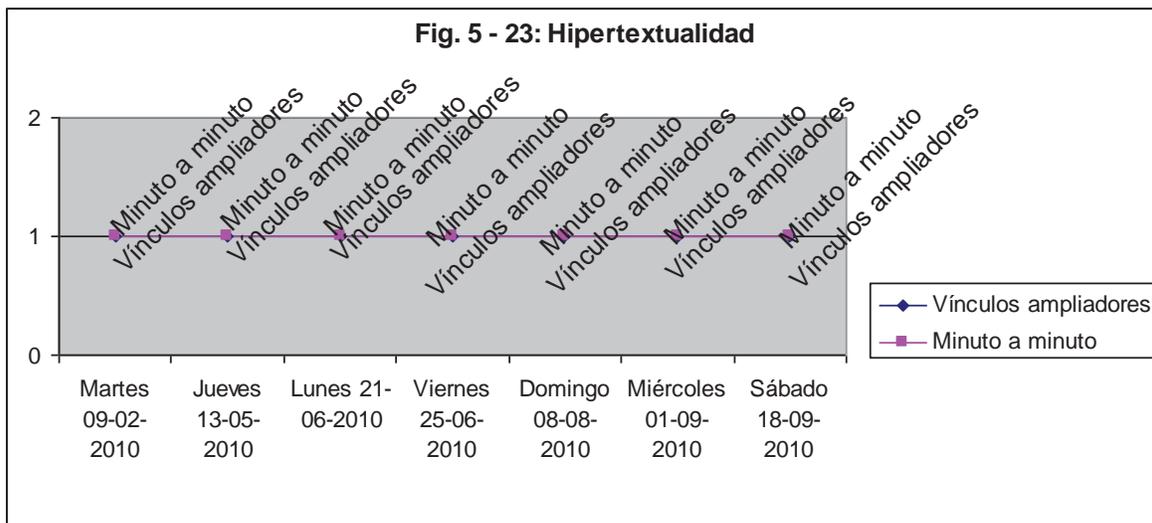
No deja de ser curioso que, dados los ímpetus de La Tercera por expandirse a formatos auditivos y audiovisuales, sólo los videos hayan resultado favorecidos. Esto puede deberse a que el computador es equiparable a una "televisión interactiva": contando con pantalla, es mucho más probable que la audiencia espere imágenes en movimiento y con sonido, antes que únicamente este último.

No por esto debe desconocerse el surgimiento de radios online, aunque esto es una cuestión que escapa a esta investigación y que La Tercera decidió no abordar como posibilidad, al no producir contenidos propios para 3Radio, como sí lo hizo para 3TV.



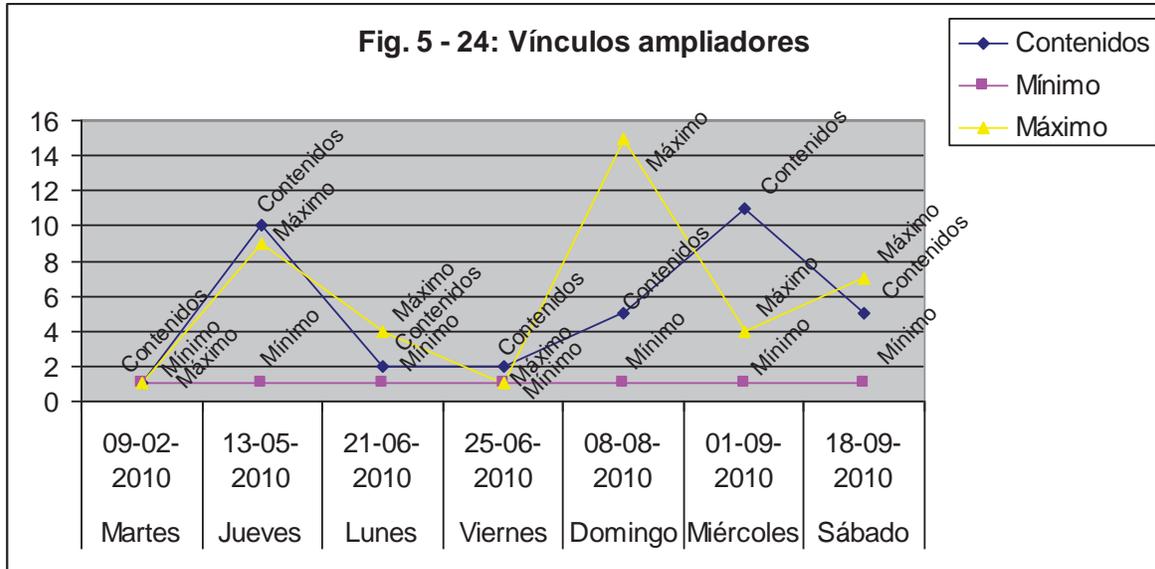
5.4.2 Hipertextualidad: abundancia de contenidos

Éste es, por lejos, el aspecto que más estable en el tiempo se mantiene (Fig. 5 - 23: Hipertextualidad). No cambiará en nada sino hasta el último período, de lo que se hablará en su momento. La lógica sigue siendo la misma, vínculos ampliadores -cuyo número de informaciones afines y cantidad de contenidos que los presentan sí varían- y minuto a minuto -la independencia de publicación de contenidos entre la edición impresa y electrónica, muy matizada por la propiedad de inmediatez de los sitios web-.



El comportamiento de los vínculos ampliadores, como ya se apuntó anteriormente, ve un alza con los acontecimientos que presentan aristas explotables en contenidos afines y secundarios. Los casos más representativos son los mineros atrapados en Atacama y las celebraciones del Bicentenario, los que aglomeraron quince y siete vínculos afines respectivamente, y que correspondían a videos, galerías y otros textos.

Ahora, en líneas gruesas, cada día analizado presentó por lo menos un contenido con un vínculo ampliador; mientras que el punto más alto corresponde al primero de septiembre, cuando once contenidos presentaron notas secundarias (Fig. 5 - 24: Vínculos ampliadores). Algunos de éstos fueron la evaluación Adimark de Piñera y Golborne tras el hallazgo con vida de los mineros de San José, con dos hipervínculos; la declaración en quiebra de la minera San Esteban - responsable del suceso referido en el tema anterior-, con seis; palabras de Hinzpeter sobre la huelga mapuche, con cuatro; precio del dólar, con dos; y burlas de hinchas colocolinos frente a la descalificación de Universidad de Chile en la Copa Sudamericana, con cuatro.



Por su parte, en algunas de las interfaces de esta sección temporal, la inmediatez no se manifestó sólo como la independencia de publicación, sino que también como el nombre que se le dio en esta investigación indica: "minuto a minuto". Vale decir, en algunas ocasiones, igualmente para acontecimientos de interés y en desarrollo, distintas actualizaciones fueron siendo agregadas a inserciones especializadas dentro de la interfaz.

Los ejemplos son el lunes 21 de junio, con fotografías del encuentro entre Corea y Portugal en la Copa Mundial de fútbol y, junto a esto, una inserción de Twitter -lo que ya empieza a rozar la interactividad-, en la que se mostraron publicaciones de la cuenta de La Tercera respecto al tema; y los mismos recursos fueron empleados el viernes 25, con motivo del partido de Honduras contra Suiza.

5.4.3 Interactividad: extinciones

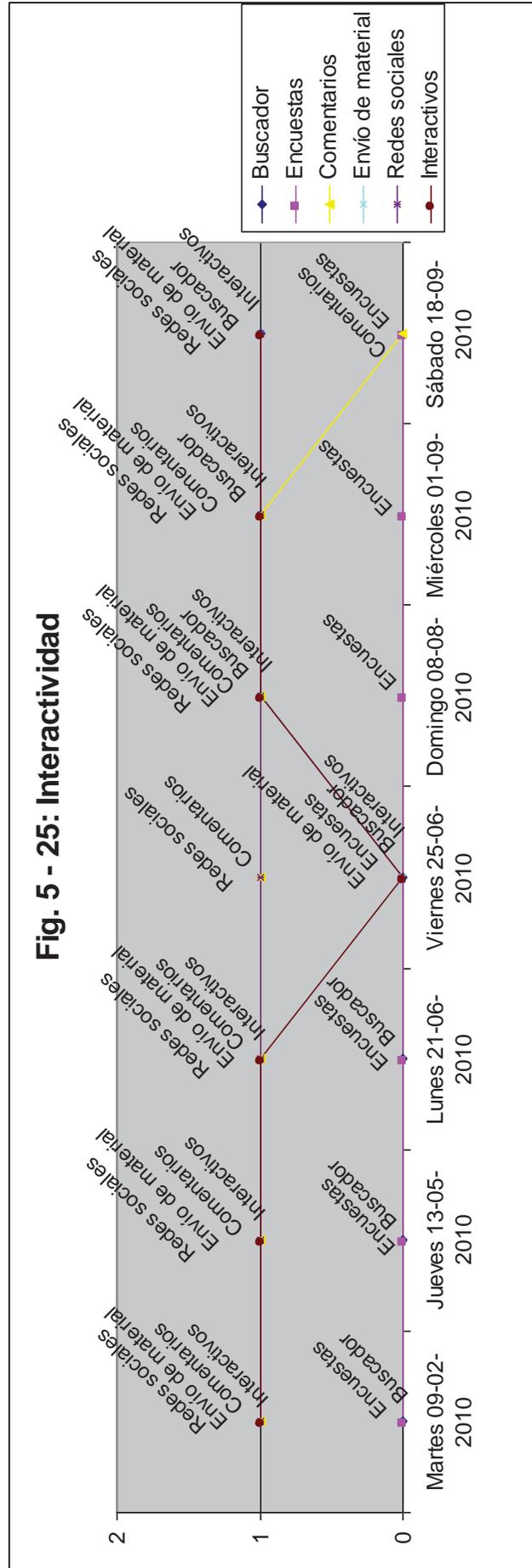
La interactividad empieza a ver nuevos horizontes a partir de este periodo: las redes sociales se instalan entre los comportamientos de los usuarios de Internet, por lo que Latercera.com debió aprender a explotarlo. En primera instancia, éstas existen como vínculos en la interfaz que invitan a seguir las cuentas en Facebook y Twitter del sitio web, luego se convierten en íconos principalmente en el *footer*¹⁵.

La manifestación más característica de las redes sociales corresponde a inserciones en la interfaz en las que tal plataforma funciona en una manera muy similar a su sitio de origen. En estos días, esto se aprecia en dos ocasiones con Twitter -21 y 25 de junio, jornadas en las que hubo encuentros del Mundial-. Con esta inserción, los usuarios de la red social vieron algunos de sus tuits referentes a los encuentros deportivos publicados en la misma interfaz.

Sin embargo, las redes sociales no son la única novedad: el sitio también ofreció a sus lectores hacerse parte del proceso productivo del contenido con el envío de material. Con motivo del Bicentenario, a partir del segundo semestre, se repite una galería con "imágenes enviadas por los lectores" del Chile de épocas pasadas. Aún así, en el contexto de esta pesquisa, no se evidenciaron invitaciones propiamente tales a enviar fotografías.

En segundo lugar, durante el primer semestre y antes del rediseño de interfaz, existió una sección llamada "envíe su denuncia". Pese a que, estrictamente, no se trata de entrega de material por parte de la audiencia, pues no envían textos, imágenes, sonidos o videos, sí existe un grado de participación al sugerir temas.

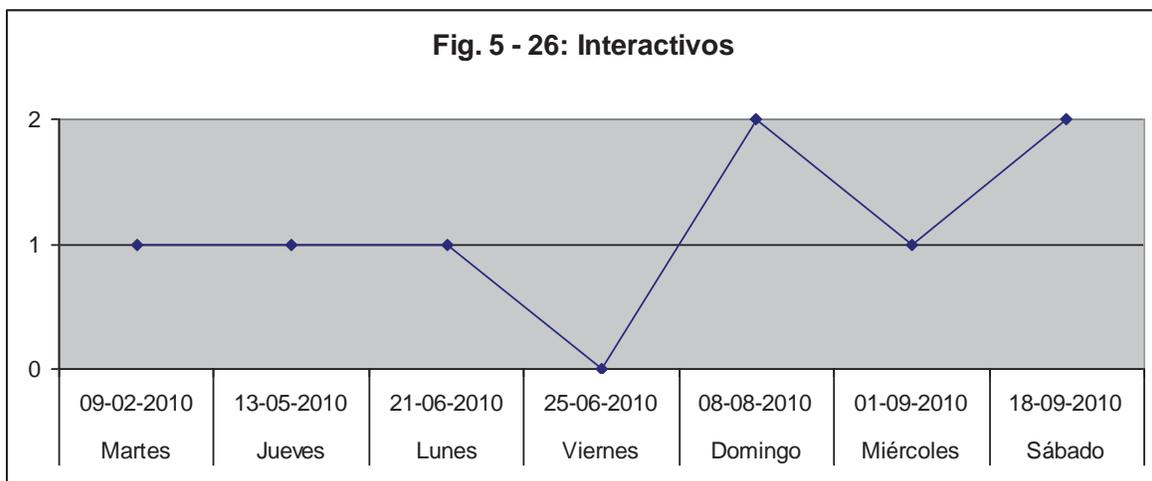
¹⁵ La barra inferior de la página, en la que, usualmente, se repite el logo y/o título del sitio y se presentan otras opciones como secciones e inicio.



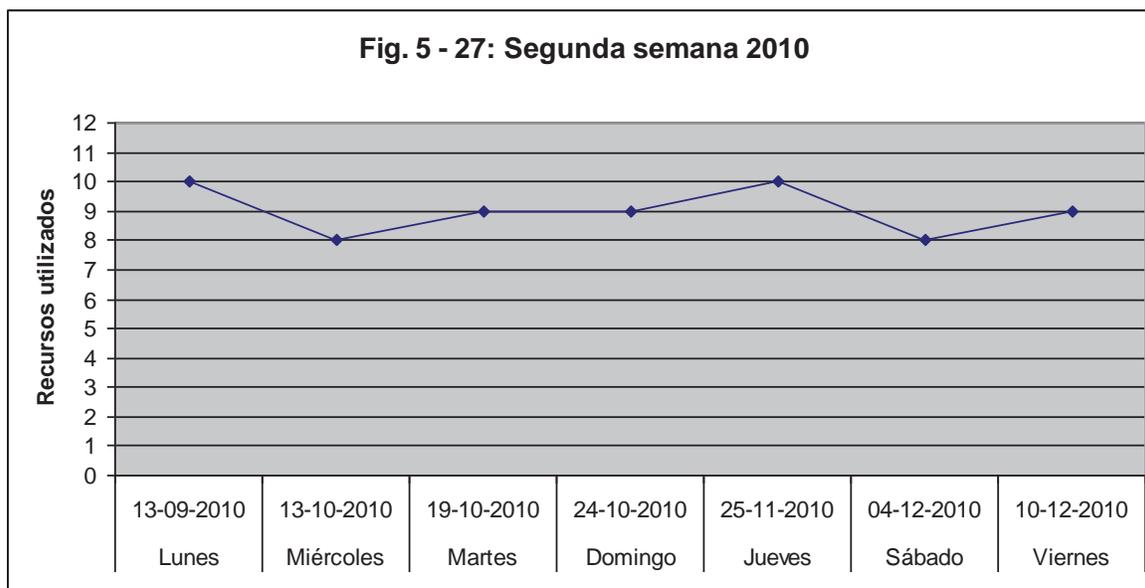
Por otro lado, los comentarios estuvieron presentes hasta el último día, mientras que la encuesta se extinguió. Quizás en esto tengan responsabilidad las redes sociales, una "nueva especie más apta" que surge y que muestra su capacidad de recoger de mejor manera el sentir de la audiencia, haciendo que las preguntas específicas con respuestas sencillas queden obsoletas.

También es curioso que el buscador no figure sino hasta el segundo semestre. Es una de las herramientas principales de los sitios web, su ausencia entorpece en cierta medida la interacción, la navegación del sitio. Hay ocasiones en las que algunos elementos desaparecen de la interfaz, como el caso de las encuestas en un día del período 2005. Sin embargo, y como se apuntó, son errores de fácil y rápida solución si se tienen las competencias pertinentes. Lo que no es el presente caso, ya que fue una ausencia mantenida, un claro descuido por parte de los programadores del sitio.

Respecto de los contenidos interactivos (Fig. 5 - 26: Interactivos), el derrumbe en la mina San Juan y las Fiestas Patrias fueron tema obligado para el final de esta semana tipo. Para el primero, se ilustraron las etapas del acontecimiento, mientras que para el segundo se emplearon para mostrar la ruta de actividades a realizarse en la capital y los desvíos en el tránsito que éstas generarían.



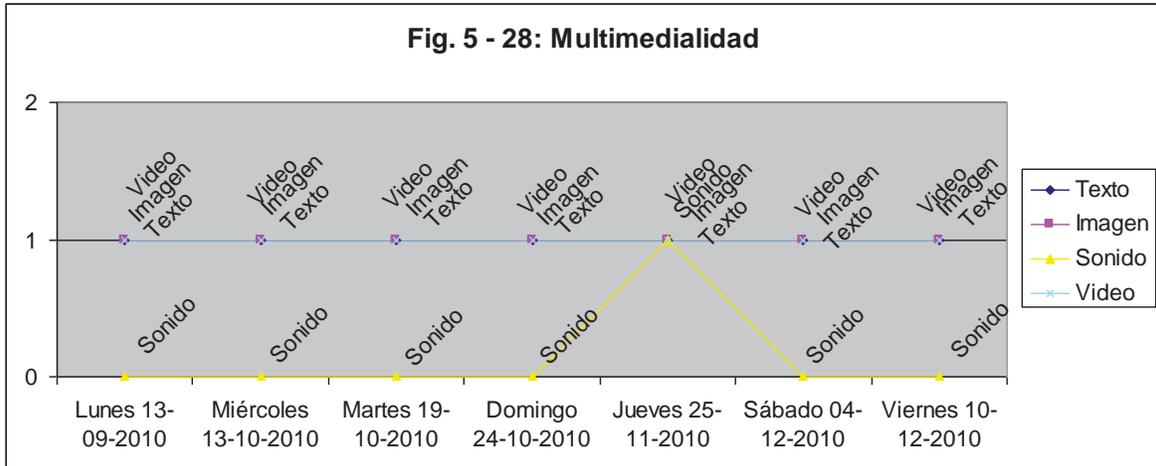
5.5 Segunda semana 2010



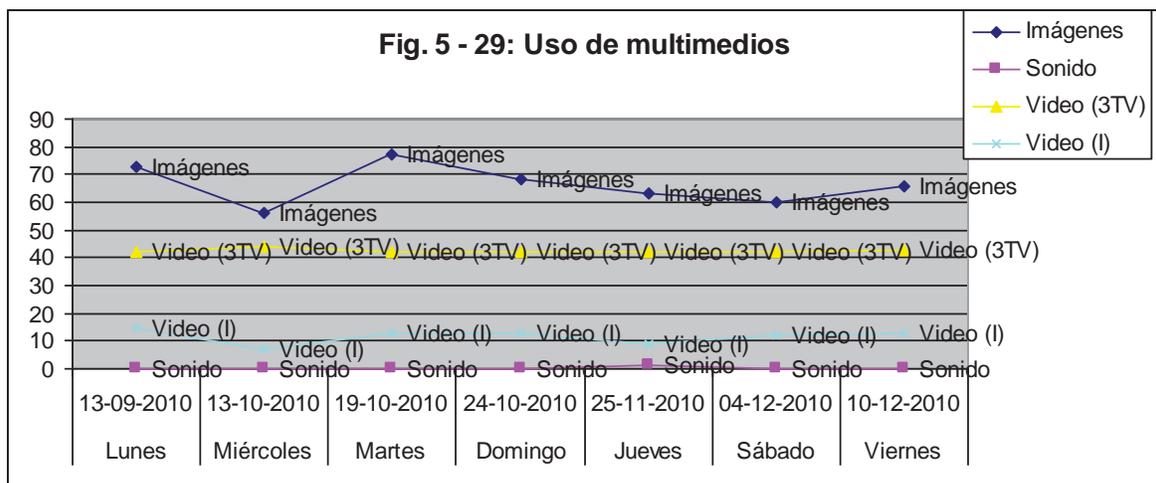
El punto álgido de diez recursos netos empleados por el sitio web bajó y ya no verá un nuevo aumento, apenas sí repunta en el antepenúltimo día (Fig. 5 - 27: Segunda semana 2010). La baja se explica, por ejemplo, en la aparición de las redes sociales apuntada anteriormente: un nuevo recurso que aparece y que cumple -incluso mejor- la función de otro antiguo; o también el desistimiento de utilizar el formato auditivo. Sin embargo, a diferencia de lo supuesto a principios de esta investigación, tal vez más recursos implementados no signifiquen una mejoría en la interfaz, sino que el exceso también pueda ser igualmente perjudicial.

5.5.1 Multimedialidad: imprescindible audiovisual

En términos multimediales, el video ya se asentó como un recurso permanente (Fig. 5 - 28: Multimedialidad). Pese a que, en ocasiones, la sección de La Tercera TV presenta cantidades menores de contenidos -no así en cuanto a los vínculos ampliadores- (videos (I)), aunque al acceder a ésta, su oferta de videos es alta, manteniéndose sobre los cuarenta y a veces superando esa cifra (videos (3TV)) (Fig. 5 - 29: Uso de multimedios).



El sonido tuvo sólo una aparición en la semana, consistente una cuña de un superintendente de Bomberos sobre un accidente, la que puede escucharse directamente desde la interfaz de Latercera.com (ver Fig. 5 - 29: Uso de multimedia). Si bien se presentan contenidos como una entrevista a Claudio Orrego realizada en la radio Zero 97.7 -entre otros, cortesía de las estaciones del consorcio-, éstas no cuentan, ya que escapan a la interfaz de Latercera.com y redirigen al sitio de cada emisora.



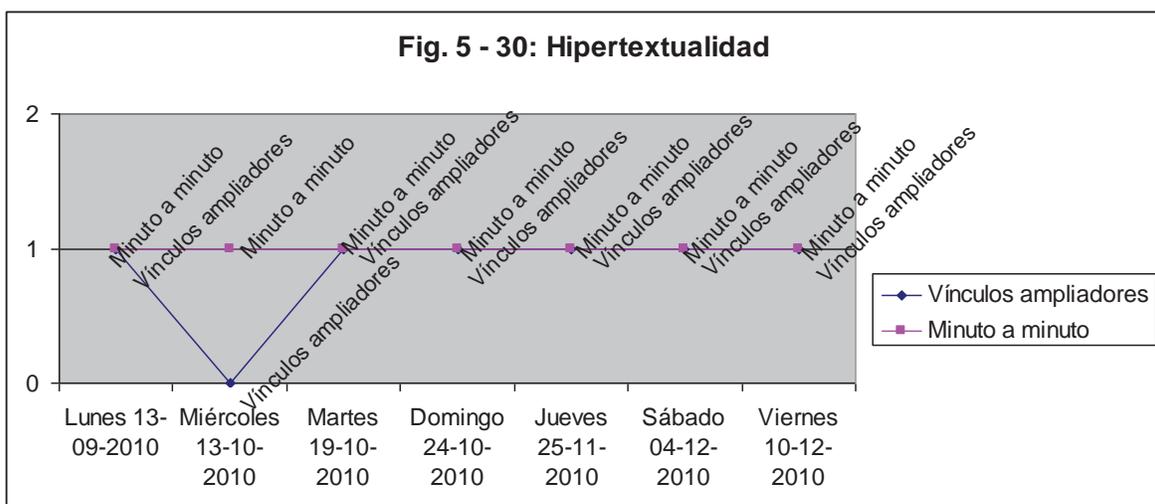
En el gráfico se aprecia, también, una depresión en las imágenes el 13 de octubre. Esto se debe a que, como recurso, las imágenes ocupan bastante espacio físico en la interfaz, el que fue enfocado a inserciones de Twitter, minuto a

minuto, reacciones y transmisiones de video en vivo, todo con motivo del rescate de los mineros de Atacama.

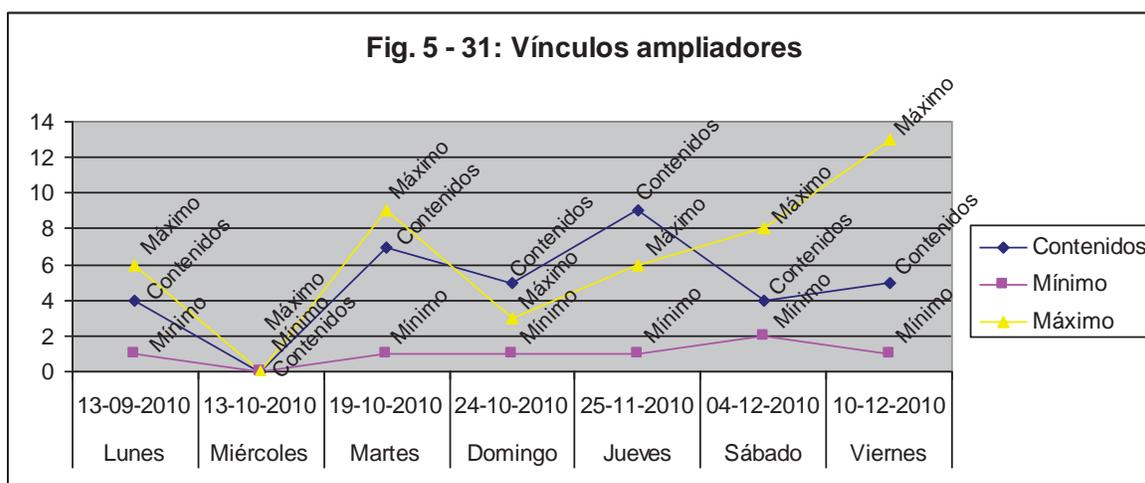
5.5.2 Hipertextualidad: sucesos en desarrollo protagónicos

Como ha sido la tónica hasta ahora, la hipertextualidad se mantiene en los minuto a minuto y vínculos ampliadores, los que se ausentan únicamente durante el segundo día (Fig. 5 - 30: Hipertextualidad). Esta jornada corresponde al rescate de los mineros de Atacama, incluso podría decirse que se trata de una edición especial de este tema, ya que la ausencia de vínculos ampliadores se explica precisamente porque la maniobra no es un tema específico con hipervínculos que agreguen información, sino que cada arista a cubrir es presentada como un contenido con un titular individual.

Por su parte, el minuto a minuto tuvo sus participaciones destacadas para este acontecimiento en desarrollo; sin embargo, no fue la característica independencia de publicación de contenidos entre la edición impresa y la digital, sino que fue la cobertura en vivo. Es decir, el rescate aglutinó muchos recursos para su despliegue informativo.



Para los otros días, el comportamiento de los vínculos ampliadores guarda una similitud a la implementación del minuto a minuto: el volumen y frecuencia de su empleo dependen de los temas que el medio aborde. Como se aprecia en el gráfico (Fig. 5 - 31: Vínculos ampliadores), los días que en los que un contenido obtuvo más notas afines fueron 19 de octubre y 4 y 10 de diciembre, en un rango de 8 a 13 vínculos. Los temas tratados fueron el rescate en Atacama -como ya se mencionó-, la Teletón y el incendio de la cárcel de San Miguel respectivamente.

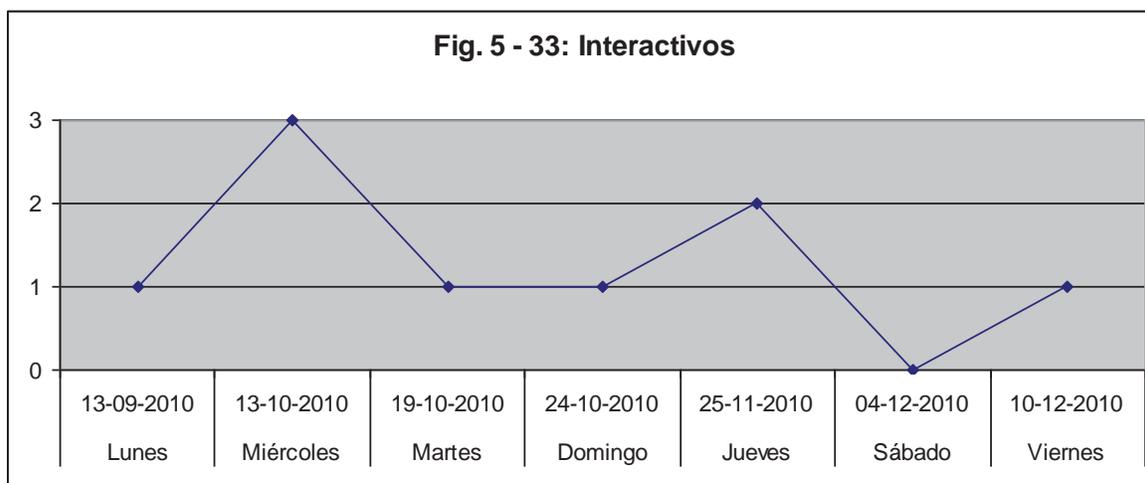


5.5.3 interactividad: redes sociales, la siguiente generación

Para efectos de interactividad, en cuanto a números, las interfaces también se mantienen estables. Inicia este periodo con cuatro recursos, a los que se ve restado el envío de material (Fig. 5 - 32: Interactividad): la galería de fotografías con motivo del Bicentenario, aquellas que eran enviadas por los lectores, ya no figura; tampoco es el caso de la sección "envíe su denuncia", la que parece haber quedado atrás junto con el diseño web anterior.

Por su parte, Twitter nuevamente aporta en este aspecto, al estar presente en inserciones en dos días: 13 y 24 de octubre, durante el rescate de los mineros de Atacama -demostrando la utilidad que tienen como recurso para los

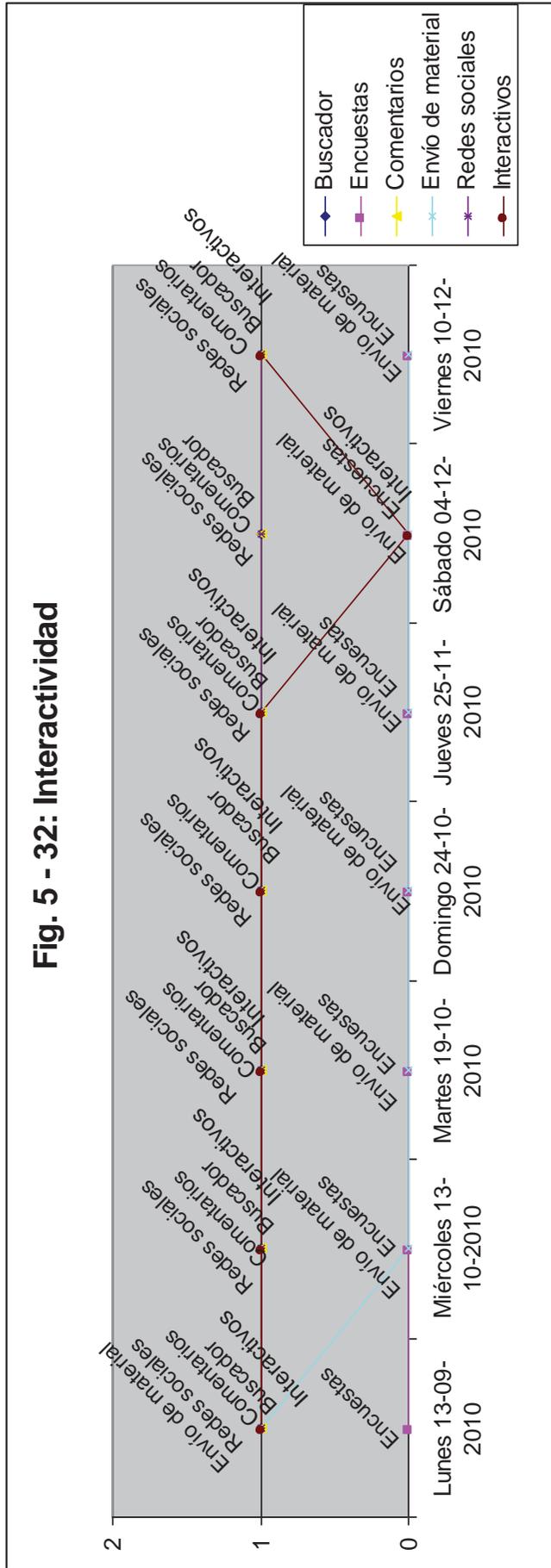
acontecimientos en desarrollo y la conexión del medio con la audiencia- y en un contenido de la BBC, referente a vacunas desarrolladas para gente en situación de pobreza, respectivamente.



El comportamiento de los contenidos interactivos también estuvo marcado por el rescate de Atacama, pues en ese día -en el que más presencia registraron- los titulares presentados para este formato fueron "La ruta del rescatado", "El largo ascenso de los mineros" y "El equipamiento de las cápsulas de rescate". Otras temáticas destacadas fueron los mejores *tablets* del mercado, el incendio de la cárcel de San Miguel, un accidente en la ruta 78 y proyectos de termoeléctricas (Fig. 5 - 33: Interactivos).

Cabe señalar que desde su aparición, la posición de los contenidos interactivos ha ido descendiendo en la interfaz, salvo cuando se trata de vínculos ampliadores y aparecen en posiciones más altas junto a la nota principal.

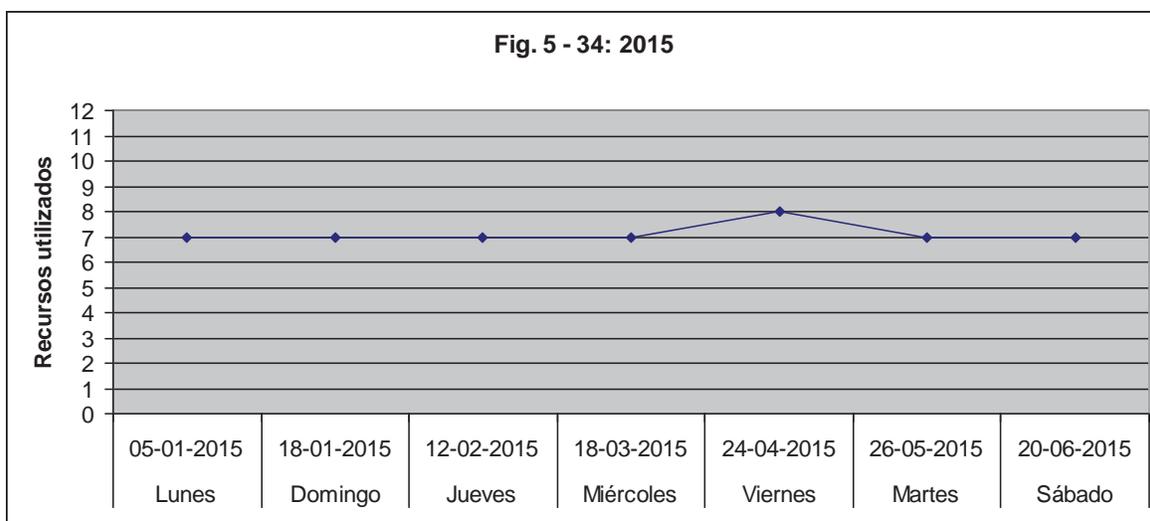
Fig. 5 - 32: Interactividad



5.6 Primera semana 2015

El alza en cuanto a recursos implementados por Latercera.com ya empezaba a conocer declives en el último semestre del 2010. Y el panorama para el presente periodo de estudio indica una nueva caída, posicionándose en los siete puntos (Fig. 5 - 34: 2015), apenas uno por encima de la incipencia, y en ocho para el viernes de esta semana tipo.

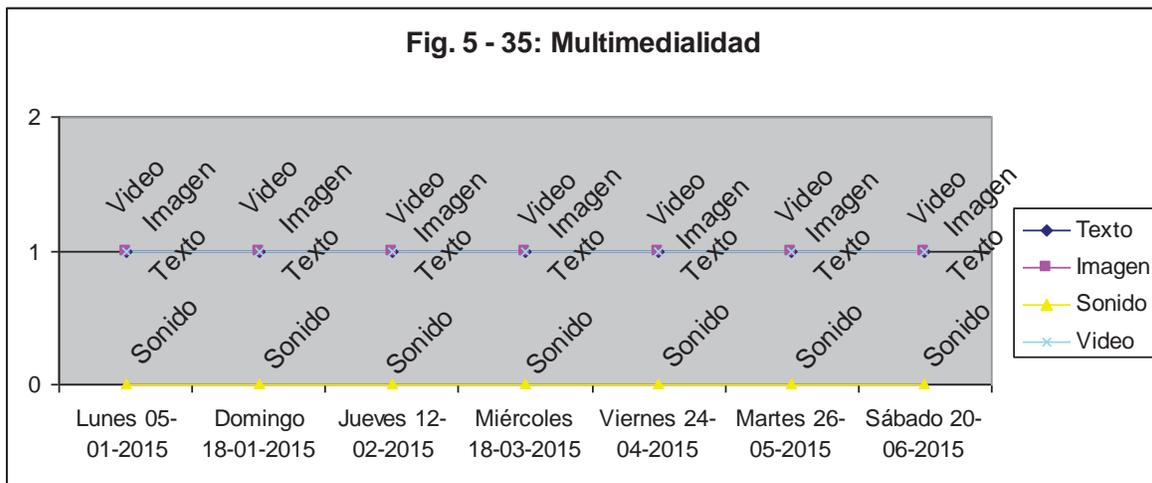
Tal como en dicho momento, esta tasa de implementación es moderada, aunque puede decirse que, por el tiempo que ya lleva el medio instalado en el soporte, éste ya tiene un cierto grado de conocimiento sobre aquellos recursos que funcionaron y cuales no. De esta manera, no es demasiado arriesgado afirmar que no porque sean menos las implementaciones realizadas por el sitio, éste será menos efectivo o llamativo a la hora de entregar la información. Es decir, se apunta a la simplicidad antes que al exceso, así optimizando la interfaz.



5.6.1 Mutimedialidad: consolidada

La multimedialidad ya alcanzó la completa estabilidad en tres formatos, viéndose excluido el sonido, que no fue percibido en ninguno de los días en que se consultaron las interfaces (Fig. 5 - 35: Multimedialidad).

Reiteramos que es probable que éste sea el único elemento que no cuaja bien en un sitio web, ya que al disponer los computadores tanto de pantalla como dispositivos de audio, éstos vienen a estar más cercanos a la televisión que a la radio, favoreciendo así los contenidos audiovisuales por sobre aquellos que sólo presentan audio; aunque no por esto hay que desconocer la existencia de radios online, pero el concepto de La Tercera es difícilmente asociable a éstas.

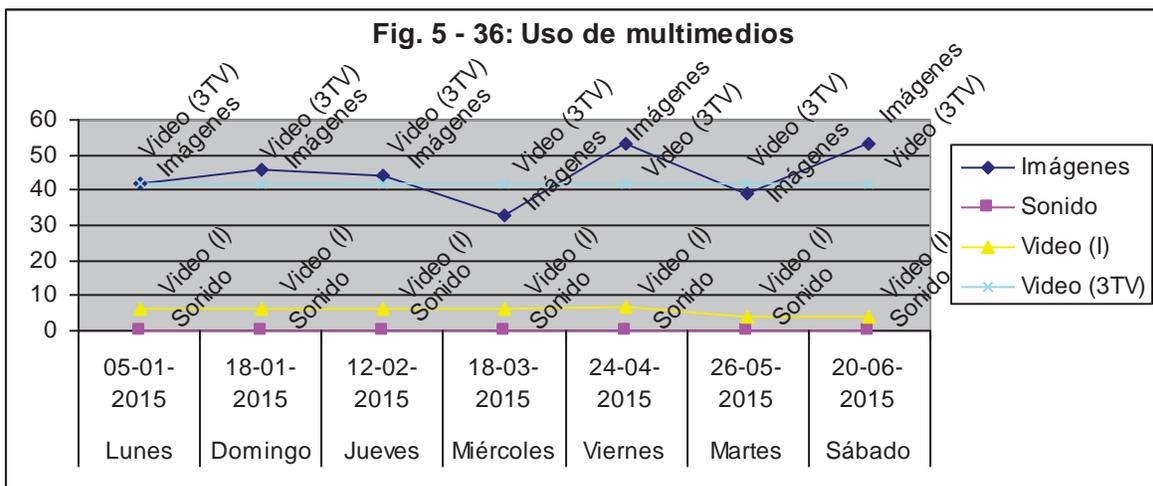


El uso de imágenes experimenta una baja considerable, ya que se eliminaron secciones como las "fotonoticias", en la que existía una inserción con una gran cantidad de fotografías que variaban su tamaño y dirigían a una nota específica. No obstante esto, el espacio de la interfaz dedicado al despliegue de contenidos aumentó, yendo desde los dos primeros cuartos en el período anterior, a tres en el presente.

La Tercera TV siempre tuvo su espacio en la interfaz, en el que se ofreció la suma fija de seis videos, hasta la erupción del volcán Calbuco, cuando se agregaron otros más, aunque como notas afines y no en el espacio de La Tercera TV. Para la ligera remodelación del sitio en los últimos dos días, este apartado presentó cuatro videos (ver Fig. 5 - 36: Uso de multimedia).

Aun con estas cifras, cabe tener en cuenta que la cantidad de videos ofrecidos en la interfaz propia de La Tercera TV, a la que se puede acceder desde Latercera.com, ofrece hasta 42 videos, sin contar aquellos que por razones de espacio no son visibles. A pesar de que La Tercera TV, como iniciativa de señal de televisión, haya fracasado, los esfuerzos por mantenerse en el formato audiovisual son patentes. Es más, probablemente en un futuro no muy lejano sea la televisión la que empiece a decaer como medio, o por lo menos tenga que reaccionar de alguna manera ante esta amenaza incipiente que son los videos alojados en Internet.

Por este motivo, es que quizás La Tercera ya no muestre un entusiasmo tal en su producto televisivo como en años anteriores, pero definitivamente no está dispuesta a descartarlo completamente como lo hizo con su incursión en los contenidos de audio.



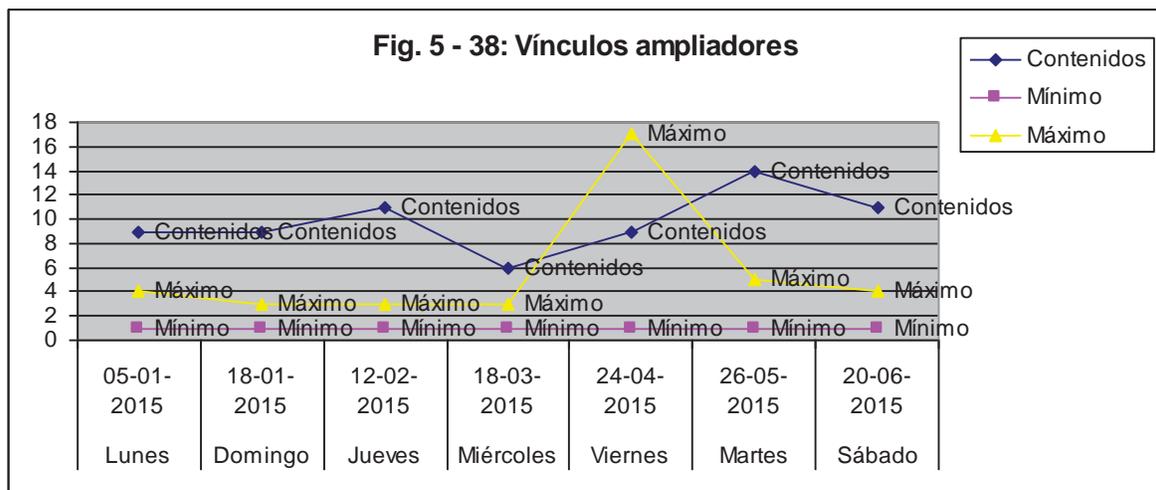
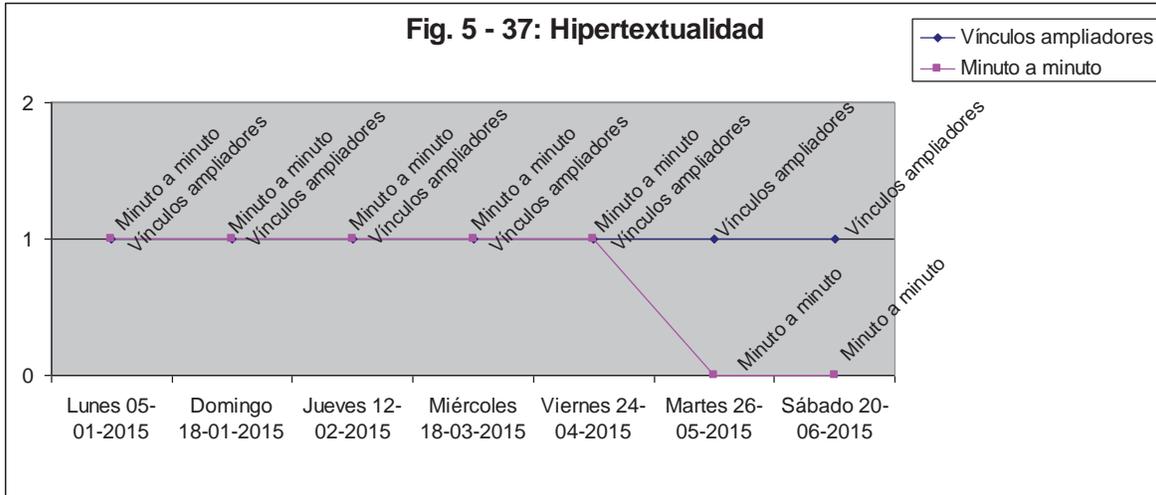
5.5.2 Hipertextualidad: una "primera plana" con rutas de lectura

Respecto a la hipertextualidad, el escenario se mantuvo igual hasta el rediseño del sitio. Para ese momento, el listado de contenidos publicados periódicamente desapareció y sólo se mantuvieron los vínculos ampliadores (Fig. 5 - 37: Hipertextualidad).

Tal vez esto se deba a que la nueva propuesta de Latercera.com sea un "gran minuto a minuto" y por eso ahora prescindía del listado con las horas de publicación de cada contenido. En otras palabras, este aspecto de inmediatez está tan incorporado, que ya no necesita marcar tanto la diferencia, sino que tanto la audiencia como el medio entienden que los contenidos publicados en esta plataforma son independientes de los impresos. Esto es similar al funcionamiento de los blogs, en los que cada nueva entrada va apareciendo en la parte superior de la interfaz. Por supuesto, las publicaciones se van indexando de acuerdo a parámetros cronológicos, pero lo que prima es el criterio de novedad.

Obviamente existen historias que destacan más que otras -lo que es similar a una lógica de "primera plana"-, pero los nuevos contenidos simplemente van apareciendo en la interfaz, en lugar de ser sólo titulares nuevos con su hora de publicación en un lista.

El número de vínculos ampliadores siempre es relativo, sin embargo, su tendencia de comportamiento es la misma: contenidos con diversas aristas, tales como un suceso en desarrollo, de importancia nacional o de alto interés para la audiencia serán los que ostentarán la mayor cantidad de estos recursos. En este caso, corresponde a la erupción del volcán Calbuco el viernes 24 de abril (ver Fig. 5 - 38: Vínculos ampliadores), lo que alcanzó un máximo de hasta diecisiete notas afines, tanto otros textos, galerías, videos y secuencias de imágenes animadas - sin llegar a ser interactivos- de su evolución.



5.6.3 Interactividad: una especie mejor adaptada

Para la interactividad, el panorama inicia siendo relativamente desértico: sólo redes sociales -considerando que en una gran medida éstas no son más que invitaciones a seguir las cuentas de Latercera.com en cada una de ellas- y buscador. Eso sí, la cantidad de redes sociales aumentó, pues ahora figuran también Google+ y LinkedIn, sumando un total de cuatro.

Los contenidos interactivos desaparecieron. Es probable que este formato haya sido innovador, pero desde sus inicios la cantidad ofrecida fue escasa.

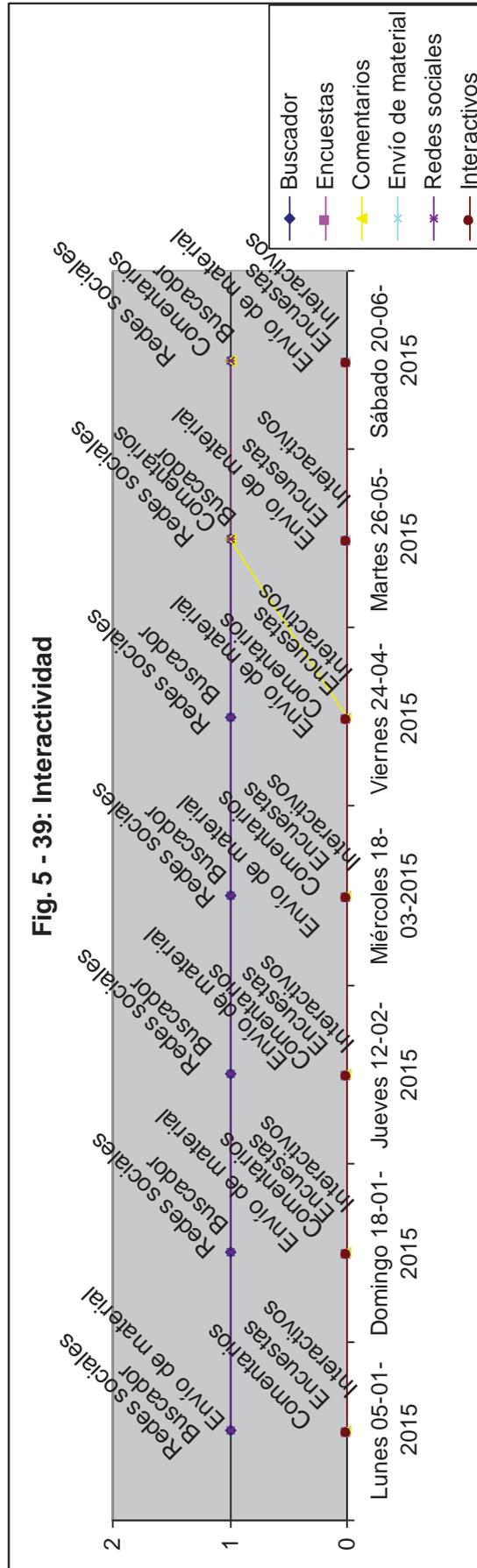
Quizás habría requerido de un poco más de desarrollo por parte del equipo de Latercera.com para evolucionar más. O simplemente no fueron muy consumidos por la audiencia, o debido a su misma complejidad -no hay que olvidar que manifestaban las tres dimensiones atinentes a esta investigación: multimedialidad, interactividad e hipertextualidad-, requerían de un esfuerzo que no era lo suficientemente retribuido, por lo que fueron dejados de lado.

Otros de los desaparecidos son los comentarios en los contenidos, seguramente porque es desde las mismas redes sociales desde donde el medio espera que se realicen. Por lo menos con Twitter funcionó bien para que los usuarios se expresaran respecto de sus impresiones de hechos en desarrollo u otras temáticas. De hecho, para efectos de la elaboración de la Fig. 5 - 39: Interactividad, los comentarios regresan, pero al ser observados en inserciones de Facebook.

La mejoría más significativa son estas inserciones de la página de Facebook de Latercera.com, las que se presentan como contenidos y con todas las opciones de esta plataforma web: las posibilidades de compartir, dar "Me Gusta" y comentar dicha publicación. De esta forma, se asemejan bastante a las inserciones de Twitter con las que el medio ya había experimentado, y, al parecer, con resultados exitosos si ahora también están expandiendo esta característica a esta segunda red social. De hecho, en las dos últimas jornadas la inserción de Facebook subió de posición física en la interfaz, lo que da cuenta de que el medio espera que la audiencia encuentre este tipo de contenidos en menor tiempo.

De esta manera, ya que se observan algunas funciones aglutinadas en un sólo recurso, quizás no sea demasiado arriesgado afirmar que otras formas de interacción -como el envío de material y las encuestas-, puedan verse reincorporadas a través de las redes sociales. Principalmente fotografías y videos, dada la posibilidad que tienen los usuarios de compartir este tipo de contenidos, lo que puede extenderse a los sitios web.

Como proyección se puede aventurar que las redes sociales, como forma de llegar al público, marquen nuevas pautas en la forma de entregar contenidos y, obviamente, en la manera de relacionarse el medio con su audiencia. Éste podría llegar a comportarse como una persona capaz de mediar entre la realidad y el público, haciendo la comunicación más interactiva, personal y expedita.



Capítulo VI - Conclusiones

Algunos futuristas muy ceñidos a la ciencia ficción, como Ray Bradbury con su notable producción literaria, aventuraron que la tecnología avanzaría tan rápido y a tal nivel, que cualquier hazaña sería posible a través de ésta. Quizás el futuro lejano depare un escenario así, y aunque por el momento no es el caso, en cuanto a los medios de comunicación sí que podemos afirmar que se han hecho avances considerables en la entrega de información y la posible respuesta de la audiencia. El establecimiento del Internet ya es incuestionable, siendo un entorno y herramienta que los periodistas hemos aprendido a utilizar en favor de nuestra profesión, y sin duda que aún queda mucho por explorar.

Luego de todo este recorrido, lo primero y más evidente es afirmar que se confirma el supuesto -que ya adquiere matices de axioma- de que los sitios web se mantienen en constante cambio, un aspecto que viene siendo vaticinado por los autores que se dedicaron a investigar estos medios de comunicación desde su instauración en la década de los 90'. Esto se ve manifestado en sus interfaces, aquella porción que es visible en la pantalla y donde la interacción humano-máquina tiene lugar, la que va mutando en todos sus aspectos. Junto con esta predicción, algunos se aventuran incluso a sostener que todas las comunicaciones serán posibles a través del Internet.

Ciertamente que una afirmación de este calibre es todavía apresurada, dado que lleva implícita una sumisión del usuario a la tecnología, mientras que de acuerdo a lo expuesto en el marco teórico, la relación es mucho más complementaria e interactiva. No obstante, los avances que La Tercera ha hecho como medio de prensa en su edición digital, Latercera.com, cual colonización de un nuevo mundo, representan una evolución tangible. Y esto los ha llevado a conseguir la preferencia de los usuarios, en cuanto a lectoría y el posicionamiento y confiabilidad de los avisadores en materia de publicidad, como lo pudimos ver en los estudios citados en la problematización.

Es un salto desde el soporte impreso al digital, con sus experimentos a lo largo de su historia hasta un producto diferenciado de su entorno original y consolidado como propuesta aparte. Y esto sólo en términos relativos, ya que, observando el axioma del permanente cambio de los sitios web, se trata de un resultado que en unos años más deberá ser actualizado, en caso de continuar investigaciones en este campo.

6.1 Multimedialidad, intento inacabado de aglutinación

Un diario impreso y otras publicaciones de esta índole, en estricto rigor, tienen posibilidades multimediales, ya que ofrecen imagen y texto. Es más, en el presente resulta casi inconcebible la lectura de un periódico totalmente exenta de imágenes que acompañen la información descrita. Considerando la limitación del papel, no pueden extenderse a más allá de esto, por lo que abarcan todos sus horizontes.

Desde este escenario es que La Tercera salta hasta el medio digital. Atendiendo toda esta trayectoria de la prensa, Latercera.com se plantea en estos mismos términos al empezar su historia. Pero de acuerdo a los resultados de esta investigación, al poco andar ya fue consciente que podría trascender en este aspecto, agregando paulatinamente el sonido y el video, aunque finalmente sólo este último prevaleció.

Pese a que el Internet puede abarcar el soporte sonoro y que Latercera.com intentó incorporarlo, no permaneció quizás por éste estar demasiado arraigado a la radio, considerando que el escenario original del medio en cuestión siempre fue la prensa escrita.

Esta afirmación, en apariencia obvia, no debe ser pasada por alto, pues aunque los otros formatos -texto e imágenes tanto fijas como en movimiento- ya

sean monopolizados por sus respectivos soportes de origen -prensa y televisión, los cuales también tienen una trayectoria histórica con sus códigos internos-, son asimilados por Latercera.com con mayor facilidad. Los textos e imágenes vienen desde su génesis en los diarios, y las secuencias audiovisuales se instalan con fuerza en La Tercera TV, la que, aunque fracasó como canal de televisión por la crisis financiera por la que pasó el grupo Copesa, todavía mantiene su espacio como sección de videos -y que tal vez se mantenga a la espera de una nueva oportunidad-.

Probablemente, gracias a la pantalla del computador, la información auditiva, sin secuencias de imágenes que la acompañen, se perciba como incompleta. De la misma manera, ocurriría algo similar si los otros contenidos sólo se remitieran a la transcripción de las notas periodísticas del diario impreso.

6.2 Hipertextualidad, las rutas de lectura

Éste es el aspecto más llano de todo el sitio web, dada su simpleza nunca presentó muchos cambios. El concepto de rutas de lectura es también aplicable a los medios impresos en el sentido de que el lector no tiene porqué recorrer cada nota publicada, sino sólo aquellas de su interés. Lo que realmente cambia con el salto del soporte físico al digital es la variedad de contenidos que el sitio puede ofrecer.

La manifestación de hipervínculos es oscilante y en algunos casos muy amplia, en los que la oferta de éstos casi llegó a la veintena. Todo esto representa no sólo la cobertura de más aristas presentes en los temas, a eso se le agregan datos que funcionan como antecedentes para lograr un mejor entendimiento de los acontecimientos, ya que los artículos se archivan y pueden ser consultados en cualquier momento. Es este fenómeno versus la necesidad de hacer una revisión hemerográfica de ediciones previas -o una memoria capaz de almacenar la totalidad de los datos luego de ser leídos, cosa que es más bien improbable-, en

caso de realizar el mismo ejercicio en la prensa escrita; una clara ventaja del soporte digital en términos de lectura inmediata.

Ahora bien, esto no siempre fue así. En sus inicios, la lógica de publicación era similar a la versión impresa en cuanto a que una nota tenía pocas posibilidades de trascender su momento, ya que no se le vincularía con nuevos elementos emergentes dentro de su área temática. Y aunque Latercera.com no tardó demasiado en incorporar vínculos en sus contenidos, no todos contaron con esta cualidad, sino que es un privilegio para tópicos de alcance o interés nacional: la Teletón, el rescate de los mineros de Atacama o el Bicentenario son ejemplos.

En términos de inmediatez, el medio en cuestión también supo aprovechar la instancia, ya que publicó contenidos de manera independiente respecto de la edición impresa. No obstante, hubo casos -aunque muy puntuales- en los que esto no se cumplió: los contenidos ofrecidos en el sitio eran los mismos que los del diario, aunque publicados de manera electrónica, pero sin llegar a la digitalización del documento -lo que sería el "Papel digital", en el que literalmente se puede hojear el diario en la pantalla-.

También este aspecto cobró importancia en acontecimientos en desarrollo o de interés y/o alcance nacional -la Teletón y el rescate de los mineros de Atacama-, ya que permitió hacer un seguimiento directo de los sucesos. La mediación alcanzó niveles inusitados de actualización.

6.3 Interactividad, la conexión entre el medio y su audiencia

Sin duda, uno de los aspectos fundamentales del periodo de incipiente. Aun con la precariedad de los primeros años, Latercera.com mostró interés en esta característica. Como prioridad de ese momento, incluso podría situarse antes que la multimedialidad e hipertextualidad. Los desarrolladores del sitio quisieron

conocer tanto la opinión como tendencias de los destinatarios de sus mensajes a través de comentarios en foros y encuestas.

Esto se mantuvo estable hasta el segundo año de estudio, cuando estos foros y encuestas empezaron a ausentarse, trasladándose las prioridades más bien hacia la multimedialidad. Y lo que es más, cinco años después apareció un recurso que fue capaz de aunar gran parte de la interactividad: las redes sociales. En éstas, los comentarios desde los usuarios fueron más directos, y probablemente facilitaron el sondeo de la recepción. Tuvieron un auge tal, que algunas de sus publicaciones en esta plataforma fueron insertadas en la interfaz como si se trataran de contenidos individuales.

Fueron dos las redes sociales que más destacaron: en primer lugar Twitter, que con su enfoque en mensajes breves a tiempo real, jugaron un papel que trascendió la mera interactividad, llegando a cumplir funciones de inmediatez - ejemplos de esto son los encuentros deportivos del Mundial del 2010 y el rescate de los mineros de Atacama-; mientras que Facebook, al tratarse de extensión de la persona en Internet con su perfil personal en esta plataforma, pudo haber acercado aún más al medio a su audiencia.

Por otro lado, el medio en cuestión también impulsó algunos recursos que resultaron menos afortunados y desaparecieron: es el caso del "envíe su denuncia" y los contenidos interactivos (las infografías digitales). El primero funcionó como envío de temáticas antes que como de material propiamente tal, pero sí fue un intento de hacer partícipe a la audiencia del proceso de producción periodística; los últimos fueron una propuesta de género innovador, aprovechando tanto multimedialidad como interactividad.

Finalmente, tanto Twitter -con su alcance con la inmediatez- como estos contenidos interactivos -con su incorporación de la multimedialidad- son prueba de que las dimensiones de los sitios web son aspectos que se tocan entre sí,

haciendo de la comunicación en Internet un fenómeno que aunque se pueda desglosar para su análisis, es significativamente transversal entre sí.

6.4 El Internet como un apéndice

Curioso es que, no obstante estar casi completamente sumergidos en el Internet, los medios de comunicación propios de éste sean tan poco explorados o de forma tan fraccionaria. La experiencia de usuario en Internet es algo diario, en la mayoría de los casos. Y probablemente ésta sea la razón de su escasa revisión académica: se ha naturalizado. La interacción con sitios web es una situación tan rutinaria, que finalmente no se le presta demasiada atención, como se hace alusión en el marco teórico. Es el fenómeno que sufren las interfaces, sean materiales o digitales: pasan desapercibidas gracias a su eficiencia, invisibilizando la tecnología hasta el punto que se convierte en un apéndice de los sujetos.

Como usuarios del Internet, nos regocijamos en las conexiones rápidas, en los videos de entretenimiento o información, en la interacción con otras personas o servicios digitales; sin embargo, olvidamos que hasta hace unas décadas esto no era así. Las conexiones eran más precarias, el despliegue periodístico era más limitado y el acceso a esta tecnología no era tan masivo por su elevado costo, entre otras razones.

Y en ese contexto es pertinente postular estudios como este, que rescata los inicios de la arquitectura de la información en un sitio web noticioso nacional. Para aprender, hay que mirar al pasado, reconocer los aciertos de quienes tienen más trayectoria y evitar los errores cometidos. A través de esta investigación, algunos aspectos del desarrollo de Latercera.com emergieron y son fácilmente identificables.

En términos gráficos, la evolución de este sitio web no fue una línea ascendente. Por el contrario, en muchos casos hubo descensos. Esto porque la

optimización no necesariamente se trate de una sumatoria, sino que haya algunos recursos que están de más y es necesario eliminarlos. Aunque no por esto se puede descartar su reincorporación a través de otros elementos que los engloben; las redes sociales son el claro ejemplo de esto.

Quizás este estudio no sea pionero, pero en el país reivindica la importancia de la observación de los medios digitales. En definitiva, no inventamos el tipo de investigación, pero la actualizamos y damos nuevos lineamientos de las dimensiones de un sitio web informativo.

6.5 Para cerrar... por ahora

Los resultados obtenidos por este estudio son concluyentes y dan cuenta de un panorama de cambios -a modo de radiografía temporal-, mas es por esto mismo que es seguro que esta investigación perderá vigencia de aquí a algunos años. El crecimiento del sitio web en cuestión no se detendrá. Al igual que su objeto de estudio, esta investigación deberá evolucionar y proponerse una nueva etapa. La pregunta que ahora queda planteada es: ¿cuál será el siguiente paso que dará Latercera.com -y sin duda otros sitios-?

Probablemente la interactividad, manifestada en las redes sociales, todavía tenga mucho que decir. El ciberperiodismo nunca dejará de evolucionar, y es trabajo de las nuevas generaciones de periodistas aprovechar los recursos y perfeccionarse en materias digitales para mantenerse vigentes en este contexto de explosivo aumento de conectividad a Internet.

Bibliografía

-Bowman, Shayne y Willis, Chris. *We Media: how audiences are shaping the future of new and information*. Estados Unidos, The American Press Institute, 2003.

-Castells, Manuel. (A) *La sociedad Red: una visión global*. Alianza editorial, Madrid, España, 2006.

------(B) *La sociedad informacional*. Ed. Paidós, Madrid, España, 1995.

------(C) *Internet y la Sociedad Red*. Disponible en <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/106.pdf> (2001). Consultado el 9 de septiembre de 2015.

-Camus, Juan Carlos. (A) "El rol del periodista en Internet", disponible en http://www.usando.info/docs/ensayo_pedal.pdf (2010). Consultado el 5 de septiembre de 2015.

----- (B) *Tienes cinco segundos*. Autopublicado, versión pdf disponible en www.tienes5segundos.cl, Chile, 2009.

-Canavilhas, Joao. *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Universidade da Beira Interior, 2007. Diccionario de la Lengua Española. Hipertexto. Vigésima segunda edición. Disponible en http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf. Consultado en 27 agosto del 2015.

-Carrasco, Ángel; Saperas, Enric. "Las teorías de la comunicación hoy: contexto histórico, cambios tecnológicos y nuevo estatuto epistemológico de la investigación comunicativa". *Actas del 2º Congreso nacional sobre metodología de la investigación en comunicación*. España, 2013. Páginas 959-970.

- Cebrián, Mariano. "Comunicación interactiva en los cibermedios". *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. N° 33, Madrid, España, 2009. Páginas 15-24.
- Colina, C. consultado el 24 de julio 2015 en: <http://www.uco.es/ciencias-juridicas/filosofia-derecho/diego/nuevode/doctorado/comunicacion/McLuhan.pdf>,.
- Dahnke, Gordon. "Investigación y comunicación". *La comunicación humana: Ciencia social*. Fernández-Collado, Carlos y Dahnke, Gordon (Eds.). México, McGraw-Hill interamericana, 1989. Páginas 395-454.
- Diéguez, Antonio. "El Determinismo Tecnológico: Indicaciones para su interpretación". *Argumentos de la razón técnica*. N° 8 España, Málaga, Universidad de Málaga, 2005. Páginas 67-87.
- Folmer, Eelke., Bosch, Jan. "Architecting for usability: a survey". En: *Journal of Systems and Software*. Febrero 2004, v. 70, n. 1-2. Páginas 61-78.
- Garret, Jesse. *Los elementos de la experiencia de usuario*. Disponible en http://www.jjg.net/elements/translations/elements_es.pdf. 2000. Consultado el 10 de octubre de 2014.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, Pilar. *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. México, McGraw Hill interamericana, 2006.
- Hassan, Yussef; Fernández, Martín; Ghzala, Iazza. "Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información". *Hipertext.net*, N° 2, 2004. Disponible en http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio_web.html#7, consultado el 22 de septiembre de 2015.

-Igarza, Roberto; Neuman, Ariel; Bochenski, Diana. "Gestión de Participación de los usuarios: control de herramientas 2.0 de la versión en línea de los diarios con mayor tirada en Argentina" *Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación*. Volumen 2, N° 1. 2010. Pág. 5-10.

-Karlsson, Michael. (A) "Charting the liquidity of online news: moving towards a method for content analysis of online news". *The International Communication Gazette*. N° 74, Inglaterra, 2012. Páginas 385-402.

----- (B) "Flourishing but restrained". *Journalism practice*. Vol. 5, N° 1, Inglaterra, 2011. Páginas 68-84.

-López, Antonio. *Géneros periodísticos complementarios: Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual*. Primera edición. México, Ed. Alfaomega, 2009.

-López, Manuel. *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*. Primera edición. Barcelona, España, Ed. Paidós, 2004.

-Mantovani, Giuseppe. *La interacción hombre-computador*. Primera edición. Boloña, Italia, Ed. Il Mulino, 1995.

-Martínez, Fátima. "La teoría de Usos y Gratificaciones aplicada a las redes sociales". *Nuevos medios, nueva comunicación. Libro del II congreso internacional de comunicación 3.0*. Universidad de Salamanca, España, 2010. Páginas 461-474.

-Masip, Pere; Díaz Noci, Javier; Domingo, David; Micó-Sanz, Josep-Lluís; Salaverría, Ramón. "Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia". *El profesional de la información*. Vol. 19, N° 6, España, Nov-Dic 2010. Páginas 568-576.

-McLuhan, Marshall. *Contraexplosión*. Gelstein, Isidoro (Trad.). Primera edición. Buenos Aires, Argentina. Ed. Paidós, 1969.

-McLuhan, Marshall; Fiore, Quentin. *El medio es el masaje*. Mirlas, León (Trad.). Cuarta edición. Barcelona, España. Ed. Paidós. 1997.

-McLuhan, Marshall; Bruce R. Powers. *La aldea global*. Ferrari, Claudia (Trad.). Tercera edición. Barcelona, España. Ed. Gedisa, 1995.

-Mellado, Claudia. Entrevista sobre "metodologías cuantitativas de análisis de prensa". Curauma, Valparaíso, abril 2015.

-Montesinos, Melissa. "La televisión como escuela paralela a la institución educativa: usos y gratificaciones que los niños en edad escolar, obtienen actualmente de los contenidos de ambas instituciones". Disponible en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/montesinos_r_m/capitulo1.pdf. 2005. UDLAP, consultado el 12 de octubre de 2014.

-Nielsen, Jakob. *Usabilidad: diseño de sitios web*. Domínguez, Alejandro; Fuentes, Félix; López, María Eva (Eds. versión en español). Madrid, España, Pearson educación, 2000.

-Nielsen, Jakob & Pernice, Kara. *Eyetracking web usability*. California, Estados Unidos, Pearson Education, 2010.

-Noriega, Claudia. "Implementación del periodismo interactivo en los portales de la prensa mexicana". *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*. Año 12. Tenerife, Canarias; España. 2009. Páginas 787-801.

-Norman, Donald. *Perspectivas de la ciencia cognitiva*. Paidós, Barcelona, España, 1987.

-Outing, Steve. "Immersed in the News". Poynter Institute, 2002. Disponible en <http://legacy.poynter.org/centerpiece/immerse/immersive.htm>, consultado el 20 julio del 2015.

-Robledo, César. "Técnicas y Proceso de Investigación". Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Médicas. U.S.A.C, Mayo, 2010. Páginas 63-73.

-Rubin, Alan. "Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificación". *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías*. Bryant, Jennings y Zillman, Dolf (coords). Baste-Kraan, Montserrat (Trad.). Ed. Paidós, España, 1996. Páginas 555-582.

-Salaverría, Ramón. (A) "Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo". *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*. N° 86 Quito, Ecuador. 2004. Páginas 38-45.

----- (B) *Redacción periodística en Internet*. Madrid, España, Ed. Eunsa, 2005.

-Sartori, Giovanni. *Homo Videns, la sociedad teledirigida*. Primera edición. Ed. Taurus, España, 1997.

-Scolari, Carlos. *Hacer Clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Primera edición. Buenos Aires, Argentina. Ed Gedisa, 2004.

-Toub, Steve. "Evaluating Information Architecture: A Practical Guide to Assessing Web Site Organization". ARGUS Associates (2000). Disponible en: http://argus-acia.com/white_papers/evaluating_ia.html. Consultado el 16 de agosto de 2015.

-Valero, José Luis. "El relato en la infografía digital". *Manual de redacción ciberperiodística*. Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (coords). Primera edición. Barcelona, España, Ed. Ariel, 2003. Páginas 555-587.

-Vera, Héctor. "Epistemologías comunicacionales para comprender el movimiento estudiantil 2011 en Chile". *Razón y palabra*. N° 79, México, 2012. Páginas 52-74.

-Winner, Langdon. "Dos visiones de la civilización tecnológica". *Ciencia, tecnología, sociedad y cultura en el cambio*. J. A. López Cerezo y J. M. Sánchez Ron (eds.). Primera edición, Biblioteca nueva. Madrid, España, 2001. Páginas 55-65.

Anexos

Matrices de análisis

Incipienda

Miércoles 10 de mayo de 2000

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Centro (-)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			Centro (++)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (-)
Encuestas			Izquierda (++)
Comentarios			Izquierda (++)
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A

Lunes 19 de junio de 2000

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Iz(++a--)/Cen(++a+)
Imagen			Centro (++)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			N/A
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (+-)
Encuestas			Izquierda (++)
Comentarios			Izquierda (++)
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A

Jueves 18 de enero de 2001

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Centro (+)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			Centro (++)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (-)
Encuestas			Izquierda (+)
Comentarios			Izquierda (+)
Envío de material			
Redes sociales			

Viernes 10 de mayo de 2001

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Centro (-)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			Centro (++)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (-)
Encuestas			Izquierda (+)
Comentarios			Izquierda (+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A

Domingo 22 de septiembre de 2002

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicuo
Imagen			Centroderecha (++/-)
Sonido			Izquierda (++)
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			Centro (++)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (--)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			Centro (--)
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A

Martes 24 de septiembre de 2002

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Centroderecha (++/-)
Sonido			Izquierda (++)
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			Centro (++)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (--)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			Centro (--)
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A

Sábado 23 de noviembre de 2002

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Centroderecha (++)
Sonido			Izquierda (++)
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			N/A
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (--)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			Centro (--)
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A

Primera semana 2005

Domingo 2 de enero

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen(++)Iz y Der (+a--)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centro y Derecha (++)
Minuto a minuto			Centro (+)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			Derecha (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Izquierda (++)

Viernes 11 de febrero

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen(++ y -) Iz y Der (+a-)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Derecha (++a+)
Minuto a minuto			Centro(+)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			Derech (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			N/A

Miércoles 9 de marzo

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen(++),Cen(+)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Cen(++), Der(++ a +)
Minuto a minuto			Cen (++)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			Derecha (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Derecha (--)

Jueves 7 de abril

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen(++),Der(++a-),lz(+a--)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Cen(++),Der(++a+)
Minuto a minuto			Cen(++),Cen(+)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			Der(--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Derecha(--)

Lunes 11 de abril

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Iz(++)/Cen(+)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroderecha (++)
Minuto a minuto			Izquierda (+a-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Derecha (+)

Martes 7 junio

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centro e izquierda (++)
Minuto a minuto			Izquierda (++ a -)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Centroderecha (+)

Sábado 18 de junio

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua(++), Cen-der(+a-)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Derecha (++)
Minuto a minuto			Izquierda (+a-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Centro (+)

Segunda semana 2005

Miércoles 6 de julio

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen-lz(++), Cen-der(+a-)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centro (++)
Minuto a minuto			Izquierda (+)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Centroderecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Centroderecha(+)

Sábado 24 de septiembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen-iz(++), Cen-der(+a-)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda(++)
Minuto a minuto			Izquierda (-a--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Centroderecha (++)
Encuestas			Centroizquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Centroderecha (+)

Jueves 27 de octubre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen-iz(++), Cen-der(++a--)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centro (++)
Minuto a minuto			Izquierda (+a--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Centro (++)
Encuestas			Centroizquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Derecha (+)

Domingo 30 de octubre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen-lz(++), Cen-Der(+a-)
Sonido			N/A
Video			N/A
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centro (++)
Minuto a minuto			N/A
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Centro (++)
Encuestas			Centro (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Derecha (+)

Viernes 25 de noviembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen-lz (++)Cen-der(+a-)
Sonido			N/A
Video			Centroderecha (+)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centro (++)
Minuto a minuto			Izquierda (+a-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Centro (++)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Centroderecha (+)

Lunes 28 de noviembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua (++a--)
Sonido			Centro (++)
Video			Centroderecha (+)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centro (++)
Minuto a minuto			Izquierda (+a--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Centro (++)
Encuestas			Izquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Derecha (+)

Martes 20 de diciembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua (++)Der(+a--)
Sonido			Derecha (+)
Video			Derecha (-)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Izquierda (++)
Minuto a minuto			Izquierda (+a-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Centro (++)
Encuestas			Centroizquierda (--)
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			N/A
Interactivos			Centroderecha (+)

Primera semana 2010

Martes 9 de febrero

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua(++a+)Ubicua (--)
Sonido			Derecha (++)
Video			Derecha (++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Izquierda (++)
Minuto a minuto			Derecha(-)Cen-Iz(-a--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			N/A
Comentarios			Centroizquierda (++a+)
Envío de material			Derecha (++)
Redes sociales			Centro(++Derecha(++)
Interactivos			Centro (+)

Jueves 13 de mayo

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen-iz(++Ubicua(+Ubicua(--)
Sonido			Der(++Iz(+)
Video			Centroderecha(++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda(++a+)
Minuto a minuto			Der(+Cen-Iz(-a--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			N/A
Comentarios			Centroizquierda(++a+)
Envío de material			Derecha(+)
Redes sociales			Derecha(+)
Interactivos			Centroderecha (-)

Lunes 21 de junio

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua(++a+)Ubicua(--)
Sonido			Der(++) z(++)
Video			Derecha(++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Izquierda (++ y +)
Minuto a minuto			Cen y Der(++) Der(--) Cen-Iz(-a--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			N/A
Comentarios			Centro(++) Izquierda(+)
Envío de material			Derecha(-)
Redes sociales			Cen-der(++) Cen(+)
Interactivos			Centro (-)

Viernes 25 de junio

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua(++a+)Der(-a--) zCenDer(--)
Sonido			Derecha(++)
Video			Der(++) Der(+)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Izquierda(+)
Minuto a minuto			Der(++) Cen(+) Der(-) Cen-Iz(-a--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			N/A
Encuestas			N/A
Comentarios			Izquierda(+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Cen(++) Cen(+)
Interactivos			N/A

Domingo 8 de agosto

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen-Iz(++a+)Ubicua(+a--)
Sonido			
Video			Derecha (++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda (++a+)
Minuto a minuto			Centro (--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			
Comentarios			Centroizquierda(++a+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Izquierda (--)
Interactivos			Centro (--)

Miércoles 1 de septiembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua
Sonido			N/A
Video			Der(++)ICD(--)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda(++a+)
Minuto a minuto			Centro(--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Centroizquierda(++a+)
Envío de material			Izquierda (+)
Redes sociales			Centroizquierda(--)
Interactivos			Centro (--)

Sábado 18 de septiembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua
Sonido			N/A
Video			Der(++),Der(--)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Cen-lz(++a+)
Minuto a minuto			Centro(-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			Cen-lz(--)
Interactivos			Centroderecha (--)

Segunda semana 2010

Lunes 13 de septiembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua
Sonido			N/A
Video			Der(++)(Cen(iz y der) (--))
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda (++a+)
Minuto a minuto			Centro (-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			
Comentarios			Centroizquierda(++a+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Izquierda (--)
Interactivos			Centro (--)

Miércoles 13 de octubre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Iz y Der(++a+)Ubicua(+a--)
Sonido			N/A
Video			Iz(++ Iz y Der (--)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			N/A
Minuto a minuto			Cen(++Iz(+))Cen(-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Izquierda(++a+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Centro(+))Centroizquierda(--)
Interactivos			Derecha(++ Centro (--)

Martes 19 de octubre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua
Sonido			N/A
Video			Der(++Cen(iz y der)(--))Cen(--)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda (++a+)
Minuto a minuto			Centro (-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Centroizquierda (++a+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Centroizquierda (--)
Interactivos			Izquierda (-)

Domingo 24 de octubre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cenz(++)ICD(++)Centro(+) Ubicua(-a--)
Sonido			N/A
Video			Derecha(++)Centro(lz y Der)(--)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			lz(++)lz Der(++)lz(+)
Minuto a minuto			Centro(--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Centroizquierda (++a+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Der(+) Centroizquierda(--)
Interactivos			Centro (--)

Jueves 25 de noviembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Centro(++)ICD(++)Cen e lz (+) Ubicua(-a--)
Sonido			Izquierda (++)
Video			Derecha(++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda(++a+)Derecha(+)
Minuto a minuto			Centro(-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Ubicua (++a+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Centroizquierda (--)
Interactivos			Centro (--)

Sábado 4 de diciembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			ICD(++), Iz(+), Ubicua(+a--)
Sonido			N/A
Video			Derecha(++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda(++)
Minuto a minuto			Centro(-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha (++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Ubicua(++), CenIz(++a+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Centro(++), Izquierda(--)
Interactivos			N/A

Viernes 10 de diciembre

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua(++), ICD(++), Cen-Der(++)
Sonido			N/a
Video			Der(++), Iz(+)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Centroizquierda (++a+)
Minuto a minuto			Centro(--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Ubicua(++), Centroizquierda(+)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Centroizquierda(--)
Interactivos			Centro (++)

Primera semana 2015

Lunes 5 de enero

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Cen(++).Ubicua(++a+).Cen(+a-).Ubicua(-a--)
Sonido			N/A
Vídeo			Derecha (++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Iz(++a+).Cen-lz(+a-)
Minuto a minuto			Derecha(--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			Derecha (++) Izquierda (--)
Interactivos			N/A

Domingo 18 de enero

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua(++a+).Cen-lz(+a-).Ubicua(-a--)
Imagen			Cen-lz(++).Ubicua(+).Cen(-).Ubicua(--)
Sonido			N/A
Vídeo			Derecha(++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Cen(++).Iz(+).Cenlz(+a-)
Minuto a minuto			Derecha(--)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			N/A
Envío de material			N/A
Redes sociales			Der(++).Iz(--)
Interactivos			N/A

Jueves 12 de febrero

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua
Imagen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua(++a+)CenIz(+a-)Ubicua(-a--)
Sonido	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Video	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Derecha(++)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CenIz(++a-)
Minuto a minuto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro(++ Derecha(--)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Derecha(++)
Encuestas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Comentarios	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Envío de material	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Der(++) z(--)
Interactivos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A

Miércoles 18 de marzo

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua
Imagen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua
Sonido	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Video	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Iz(++) Der(++) Cen-Iz(-)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centroizquierda(++a+)
Minuto a minuto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Derecha(-)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Derecha(++)
Encuestas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Comentarios	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Envío de material	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Der(++) z(--)
Interactivos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A

Viernes 24 de abril

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua
Imagen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua
Sonido	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Video	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cen(++),Der(++),CenIz(--)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centroizquierda(++a+)
Minuto a minuto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Derecha(--)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Derecha(++)
Encuestas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Izquierda (-)
Envío de material	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Der(+),Iz(-),Iz(--)
Interactivos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A

Martes 26 mayo

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua
Imagen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ubicua
Sonido	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Video	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Der(++),Der(+)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cen-Iz(++a--)
Minuto a minuto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Derecha(++)
Encuestas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Izquierda(--)
Envío de material	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A
Redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Iz(++),Iz(--),Der(--)
Interactivos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A

Sábado 20 junio

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto			Ubicua
Imagen			Ubicua
Sonido			N/A
Video			Der(++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores			Iz(++a+)Iz y Der(-)
Minuto a minuto			N/A
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador			Derecha(++)
Encuestas			N/A
Comentarios			Centro(-)
Envío de material			N/A
Redes sociales			Iz(++Cen(-)Der(--)
Interactivos			N/A

Matrices e informes de prueba de validación**Sujeto 1**

Lunes 19 de junio de 2000

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	x		centro ++ a +
Imagen	x		centro ++
Sonido		x	
Video		x	
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores		x	
Minuto a minuto		x	
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	x		derecha -
Encuestas	x		izquierda ++ a +
Comentarios	x		izquierda ++
Envío de material		x	
Redes sociales		x	
Interactivos		x	

Miércoles 6 de julio de 2005

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	x		ubicuo
Imagen	x		ubicuo
Sonido		x	
Video		x	
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	x		centro ++
Minuto a minuto	x		izquierda +
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	x		derecha ++
Encuestas		x	
Comentarios		x	
Envío de material		x	
Redes sociales		x	
Interactivos	x		centroderecha +

Lunes 21 de junio de 2010

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	x		ubicuo
Imagen	x		ubicuo (++a+) y (- -)
Sonido	x		izquierda y derecha (++)
Video	x		derecha ++
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	x		izquierda ++ y +
Minuto a minuto	x		ubicuo - a - -
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador		x	
Encuestas		x	
Comentarios	x		izquierda ++ a +
Envío de material	x		derecha +
Redes sociales	x		Centroderecha ++ y centro +
Interactivos	x		centro -

Miércoles 18 de marzo de 2015

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	X		ubicuo
Imagen	X		ubicuo
Sonido		x	
Video	X		derecha ++ centroizquierda - -
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	X		ubicuo ++ a +
Minuto a minuto	X		derecha -
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	X		derecha ++
Encuestas		x	
Comentarios		x	
Envío de material		x	
Redes sociales	X		derecha ++ centroizquierda - -
Interactivos		x	

Reporte

Para empezar, la página web de la Tercera presenta una evolución observable. Se puede observar cómo a lo largo del tiempo han sabido aprovechar la posibilidad que entrega el internet para agregar videos y sonidos, además de las imágenes que ya se ven que van con las letras de las noticias escritas. Igualmente, hay que notar que esto no siempre es así, sino que es observable en las etapas finales, de los años 2010 y 2015. Antes sólo se veía texto e imagen.

Personalmente como lectora creo que esto es un claro aporte a la entrega de noticias, porque tengo todo más a mano en un sólo lugar. Puedo leer y ver las noticias (y en el 2010, creo que otras personas que siguieran el sitio más que yo, pudieron también haber escuchado, porque este es el medio menos utilizado, aunque se nota que hicieron el esfuerzo).

También, como llevo harto tiempo usando el Internet, estoy acostumbrada a ver noticias en las páginas de los diarios, antes que en estos mismos. Pero en las ocasiones que he tenido, puedo comprobar que no siempre son las mismas.

Creo que hay un poco de involución en la interactividad, porque se nota que al principio la página web preguntaba la opinión a sus lectores, y después no. Claro que fueron apareciendo las redes sociales, pero no las uso mucho, motivo por el que las veo en las versiones más nuevas, pero no las entiendo completamente.

Sujeto 2

Lunes 19 de junio de 2000

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	SI		CENTRO (++A+)
Imagen	SI		CENTRO (++)
Sonido		NO	X
Video		NO	X
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores		NO	X
Minuto a minuto		NO	X
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	SI		DERECHA (-)
Encuestas	SI		IZQUIEDA (++)
Comentarios	SI		IZQUIEDA (++)
Envío de material		NO	X
Redes sociales		NO	X
Interactivos		NO	X

Miércoles 6 de julio de 2005

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	SI		TOTAL
Imagen	SI		TOTAL
Sonido		NO	X
Video		NO	X
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	SI		CENTRO (++)
Minuto a minuto	SI		IZQUIERDA (+)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	SI		DERECHA (++)
Encuestas		NO	
Comentarios		NO	
Envío de material		NO	
Redes sociales		NO	
Interactivos	SI		CENTRODERECHA (+)

Lunes 21 de junio de 2010

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	SI		TOTAL
Imagen	SI		TOTAL EN (++A+) Y (- -)
Sonido	SI		IZQUIERDA Y DERECHA (++)
Video	SI		DERECHA (++)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	SI		IZQUIERDA (++ Y +)
Minuto a minuto	SI		TOTAL EN (- A - -)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador		NO	
Encuestas		NO	
Comentarios	SI		IZQUIERDA (EN ++ A +)
Envío de material	SI		DERECHA (+)
Redes sociales	SI		CENTRODERECHA (++) Y CENTRO (+)
Interactivos	SI		CENTRO (-)

Miércoles 18 de marzo de 2015

Multimedialidad			
	Si	No	Ubicación
Texto	SI		TOTAL
Imagen	SI		TOTAL
Sonido		NO	X
Video	SI		DERECHA (++) CENTROIZQUIERDA (- -)
Hipertextualidad			
	Si	No	Ubicación
Vínculos ampliadores	SI		TOTAL EN (A ++)
Minuto a minuto	SI		DERECHA (-)
Interactividad			
	Si	No	Ubicación
Buscador	SI		DERECHA (++)
Encuestas		NO	X
Comentarios		NO	X
Envío de material		NO	X
Redes sociales	SI		DERECHA (++) CENTROIZQUIERDA (- -)
Interactivos		NO	X

Reporte

A través del análisis de estas versiones de la página web de La Tercera se logra vislumbrar un cambio real desde el 2000 hasta lo que tienen hoy.

A mi parecer, la interactividad es lo más destacable en cuanto a evolución: tuvieron un inicio bien fuerte, con encuestas, foros y comentarios para los temas de las noticias que salían. Después algunas cosas de estas fueron desapareciendo, pero las redes sociales vinieron a rescatarlas. Yo creo que ahora todos estamos concientes de que en Facebook se puede comentar y compartir casi todo lo que hay en internet, así que para La Tercera on-line no es diferente. Y claro, también se puede tuitear: ahí se puede hacer un comentario corto sobre un tema y pegar el link de lo que se leyó. Igual son interesantes los interactivos, son como juegos y creo que ayudan a la comprensión de los hechos.

Obviamente hay evolución también en los otros aspectos, pero todas las páginas tienen hoy videos y/o sonidos, así que no es tan destacable, diría que es lo normal. Las fotos también son algo que no puede faltar, sería difícil creer una noticia sin ver una foto sobre ella.

En síntesis, creo que hay una evolución en estos aspectos que se proponen en la matriz. Incluso basta con una mirada rápida. Pero lo más destacable es la interactividad.