



Universidad Abierta Interamericana
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Sede Regional Rosario
Licenciatura en Periodismo

**Periodismo Digital en Rosario:
aplicación de sus características
constitutivas en el medio
digitalRosario3.com**

Tesista: Ana Paula Vigoni

Tutor: Antonio Galimany

Director de carrera: Juan Mascardi

Rosario

Octubre 2014

Agradecimientos

En primer lugar, esta tesis está dedicada a mi familia. A mi papá y a mi mamá, sin ellos hubiese sido imposible esta aventura que fue venir a estudiar a la gran ciudad. Agradezco el infinito soporte que me brindaron a través de estos años.

Al compañero que elegí para mi vida, gracias por estar siempre.

A mis amigos rosarinos y marcosjuarences, imprescindibles.

A mis profesores por enseñarme a transitar este camino y a mi tutor de tesis Antonio, por ayudarme con este trabajo durante tantos meses.

Índice

Agradecimientos.....	1
Índice.....	3
Introducción.....	4
Decisiones asociadas al manejo de la información noticiosa dentro del portal Rosario3.com....	9
Inmediatez de la información en Rosario3.com.....	9
Especiales.....	21
Seguimiento de las noticias y post edición.....	25
Repetición de la información en Rosario3.com.....	28
Jerarquización de la información en Rosario3.com.....	37
Titulación.....	41
Disposición de las noticias en la <i>homepage</i>	47
Más pautas derivadas del <i>Eyetrack</i>	51
Longitud de párrafos y pirámide invertida.....	56
Armado de la arquitectura de la información noticiosa en el portal Rosario3.com.....	62
Usabilidad del sitio en Rosario3.com.....	62
Interactividad en Rosario3.com.....	89
La interactividad selectiva: administración personalizada de los contenidos	90
La interactividad comunicativa: el usuario como productor de contenidos	97
Hipertextualidad en Rosario3.com.....	136
Pirámide tumbada vs. Pirámide invertida	140
Análisis de las tipologías hipertextuales informativas	155
Conclusiones.....	166
Anexo.....	168
Entrevista a Damián Schwarzstein realizada en febrero de 2014.....	168
Entrevista Realizada a Sabrina Ferrarese en abril 2014.....	180
Bibliografía.....	190

Introducción

Las nuevas tecnologías han revolucionado la manera de trabajar, de estudiar, de relacionarse, de movilizarse y hasta los tiempos de ocio de la sociedad. Internet ha penetrado en las vidas de las personas y ha llegado para quedarse. Si bien la era de la digitalización de la información comenzó hace ya alrededor de dos décadas, su popularización ocurrió hace relativamente poco tiempo. La incorporación de esta nueva forma de comunicar e informar a la vida diaria de las personas, provocó un cambio de paradigma en la sociedad, cambio al que tuvo que ir adaptándose poco a poco hasta aprehenderlo como una rutina habitual en sus vidas.

En esta nueva era comunicacional, fue inevitable el surgimiento de una nueva forma de informar: el periodismo digital. Éste se ha ido conformando con una personalidad propia que lo diferencia de los medios tradicionales como la televisión, la radio y los diarios impresos. En este contexto, el periodismo ha sufrido notables modificaciones tanto en su estudio como su aplicación, en cuanto a las prácticas de la comunicación a las que la sociedad estaba acostumbrada. Los especialistas han dedicado buena parte de su tiempo a realizar investigaciones científicas sobre esta transformación, brindando a través de sus estudios teorías sobre el manejo de la información y el lenguaje de este “nuevo periodismo”, denominado por los autores como periodismo digital o webperiodismo. El mismo puede definirse como un nuevo género periodístico que utiliza la Internet como un medio de distribución de la información y se vale de varios formatos para comunicar en una misma plataforma. Si bien los fundamentos de la profesión no han cambiado, el periodista digital tiene que saber manejarse en una nueva complejidad tecnológica. Día a día van surgiendo diferentes herramientas de trabajo que permiten desarrollar nuevas propuestas y esto genera un constante avance y desarrollo en la materia. El webperiodista debe poder adecuarse a una audiencia cada vez más exigente, que solicita agilidad y dinamismo, y además debe saber manejarse en un mar de información, ser independiente, abierto al usuario, previsor de tendencias y tener capacidad de contextualización. Es importante que se adapten a este nuevo paradigma de trabajo, desarrollándose como polivalentes, es decir, que tengan la capacidad de manejar los medios digitales de acuerdo con las nuevas prácticas laborales que ha generado la digitalización de los procesos de comunicación.

Estas nuevas propuestas de comunicación hacen necesario el surgimiento de un periodismo acorde a las innovaciones. Los medios tradicionales tuvieron que iniciar una transición necesaria hacia el periodismo digital, y con ella, buscar profesionales acordes. El periodismo digital o webperiodismo debe crear y consolidar nuevas rutinas propias de un proceso de comunicación multimedia, multilínea e interactivo, dueño de un lenguaje bastante diferente al escrito, oral o audiovisual que poseen los medios tradicionales (prensa, radio y televisión). Por esto, el periodista digital debe estar capacitado correctamente, debe poder aprovechar al máximo las potencialidades que provee la *World Wide Web*. El avance incesante de la web en la vida cotidiana de la sociedad ha provocado que muchos especialistas se vuelquen a estudiar nuevas

formas de lenguaje y manejo de la información en la red. Estas teorías apuntan a generar una serie de características que deberían ser constitutivas del periodismo digital, entre las cuales se pueden destacar la interacción con el usuario, la actualidad de las noticias, la multimedialidad, la jerarquización y repetición de la información, la arquitectura de los sitios web, la hipertextualidad, la usabilidad, la personalización de los contenidos, el acceso global a la información, la ubicuidad y la personalización de los contenidos.

Negar la aplicación estas características es negar la esencia del periodismo digital, su esencia mediática. Rosario tiene una gran variedad de medios de comunicación muy importantes e influyentes tanto en la ciudad como en la zona. Desde la aparición del periodismo digital, la mayoría de estos medios han decidido formar parte de estos avances, algunos más tarde y otros más temprano. La presencia de estos medios en Internet resulta de muy funcional tanto para los usuarios como para los mismos periodistas, ya que les permite difundir la información de manera rápida y comunicarse fácilmente con la audiencia. Esta ciudad es una de las más importantes de la Argentina con una gran influencia en la zona, por lo tanto, sus medios online deben tomar consciencia de esto y comenzar a pensar en ello como algo propio e inherente al periodismo digital. A pesar de tener un desarrollo bastante importante en materia digital, muchos no toman realmente en cuenta los pasos a seguir para explotarlos en su máxima expresión. Los factores mencionados anteriormente hacen que los medios digitales sean considerados solamente como algo que "hay que tener" debido al avance de Internet. Sin embargo, son muy pocos los que realmente se dedican a intentar crear un medio digital con todas las de la ley. Estas nuevas rutinas y lenguajes de la Web no se han sabido, querido o podido explotar en su totalidad. En muchos casos los medios se dedican a reproducir contenidos exactamente iguales a los de los medios tradicionales, siendo el soporte lo único que cambia. El periodismo debe terminar este cambio y dar el salto definitivo desde un periodismo online a uno completamente digital, sacando partido de una serie de sistematizaciones teóricas que responden a los autores que se han especializado en el webperiodismo. Una correcta usabilidad de los sitios web, hipertextos que ayuden a estructurar las noticias, interactividad entre los usuarios y el medio, inmediatez, actualización de la información y una buena jerarquización y redacción de las noticias son características esenciales que deberían aplicarse hoy en los sitios de noticias que existen en la web.

Esta tesis intentará responder a la siguiente pregunta: ¿Se evidencian estas características constitutivas del periodismo digital en Rosario3.com, uno de los medios más populares de la ciudad? El sitio fue elegido como objeto de estudio ya que dentro de los portales periodísticos puramente digitales (esto quiere decir que no se basan en un diario impreso), Rosario3.com es el que más ha logrado insertarse y trascender en la audiencia. Es el segundo medio más leído de la ciudad y esto queda comprobado a través de la web www.alexa.com, una herramienta gratuita para medir el tráfico en los sitios web que funciona desde 1996 y es propiedad de Amazon (<http://www.alexa.com/siteinfo/rosario3.com>). El portal está ubicado en el puesto 269 del ranking dentro de los sitios más visitados en Argentina, y en relación a los portales periodísticos locales, solamente está debajo de LaCapital.com, situado en el puesto

110 (datos al 22 de agosto de 2014). Estas estadísticas evidencian su popularidad, motivo importante para realizar un análisis profundo de sus características digitales.

El sitio web nació como una propuesta basada en la fusión de los contenidos de Canal 3 y Radio 2 y se encuentra online desde el año 2006. Explica su editor y uno de los fundadores, Damián Schwarzstein, que en realidad ya existía desde antes, pero en forma de una página institucional propiedad del grupo Televisión Litoral:

Le ponían alguna información, pero tenía una dinámica escasa. Eran cuatro o cinco noticias por día, y, en ese momento, una columna de Valeria Schapira y no recuerdo si otra de Luis Novaresio. A fines de 2005, Televisión Litoral se propone convertir esta página en un sitio web de información y me contacta para el proyecto. Éste comienza en mayo de 2006 y la puesta en línea es el 20 de julio de 2006. Lo que se pretendía era tener un grupo que producía en sus medios audiovisuales un volumen de información muy importante, tener otro soporte para volcar esta información y tener información propia producida por Rosario3.com.

La empresa advierte una necesidad que proviene del cambio en el mapa de los medios en el país y a nivel mundial. Schwarzstein explica que se vio el peso de ese nuevo soporte que en ese momento era relativamente nuevo y que se vio también un espacio a ocupar en el que había mucho para crecer. En un ámbito en el que el periodismo tradicional empezaba a flaquear, resultaba importante sumarse a las nuevas tendencias. Como dice Mark Briggs (2007, p.16): "El cambio es inevitable. El progreso es opcional. El futuro es ahora".

Virginia Giacosa, ex cronista de Rosario3.com, explica en el libro del 1° Foro de Periodismo Digital "Nuevos Medios, Nuevos Modos, Nuevos Lenguajes" que la "esencia de este medio digital fue innovadora en la ciudad de Rosario y desde el comienzo el objetivo estuvo puesto en producir contenido multimedia". Agrega Giacosa:

Se diferenció rápidamente de los medios de otras empresas periodísticas, ya que no se consideró la cobertura digital como una mera extensión de las actividades actuales que hacían a la empresa de contenidos Televisión Litoral. Lejos de pensar que el video y el audio no son herramientas importantes para la labor diaria se valió de los recursos de los otros medios del grupo –Radio 2 y Canal 3- para ampliar el contenido. La producción del diario digital se articula de acuerdo a la producción de los demás medios: A lo largo de la mañana y el mediodía, el diario digital se nutre de los contenidos que generan la radio y la televisión para exponerlo en la web. Todo lo que el grupo produce queda accesible durante todo el día y desde distintos lugares en Rosario3.com. Por la tarde, el diario digital se vuelca a una producción propia: profundización de contenidos, consolidar lo que ya fue producido, producción de temas y formatos propios y relevamiento de aquellos temas que rinden en la web y generan muchos clics.

Si bien Rosario3.com tiene un criterio editorial propio, la convergencia entre los diferentes medios del multimedios (Radio 2 y Canal 3) es fuerte. Schwarzstein aclara que "se trata de definir la estrategia de funcionar como un grupo que tiene varios medios. Como un multimedios". La idea madre del diario digital es crear contenidos

con la mayor cantidad de voces posibles y haciendo uso de la mayor cantidad de formatos disponibles.

En la actualidad, una gran cantidad de medios están enfocando sus contenidos en base a las características constitutivas del periodismo digital mencionadas anteriormente. En la mayor parte de los medios on-line se pueden encontrar archivos multimedia, hipervínculos, espacios de participación 2.0 relacionados con el periodismo ciudadano, posibilidad de comentar las noticias, inmediatez de la información, diseños agradables e intuitivos para el usuario. Sin embargo, en la mayoría de los casos este desarrollo es superficial: estas particularidades no se explotan en su totalidad, generalmente debido a falta de recursos humanos y monetarios. Esta tesis basó su estudio en varios autores que creen firmemente en la creación de un webperiodismo que desarrolle de principio a fin todas estas características, con la idea de convertirse en una forma totalmente diferente de comunicarse y no solamente en un formato o plataforma diferente para presentar los contenidos. Guillermo Franco, João Canavilhas, Juan Carlos Camus, Alejandro Rost, Jakob Nielsen y Javier Díaz Noci, por mencionar a los autores más citados en el trabajo, introducen conceptos específicos en forma de recomendaciones en cuanto al periodismo digital que todos los medios deberían intentar seguir.

La tesis busca conocer:

1) Cómo se toman las decisiones asociadas al manejo de la información noticiosa dentro del portal Rosario3.com, de acuerdo a los conceptos planteados por Guillermo Franco, Juan Carlos Camus y João Canavilhas.

- Inmediatez de la información: actualización de contenidos
- Repetición de informaciones
- Jerarquización de la información: estructuración de los textos según su importancia

2) Cómo se arma la arquitectura de la información noticiosa en el portal Rosario3.com, de acuerdo con los conceptos planteados por Joao Canavilhas, Guillermo Franco, Juan Carlos Camus, Alejandro Rost y Jakob Nielsen:

- Usabilidad del sitio: facilidad de utilización
- Hipertextos: elementos que estructuran la noticia
- Interactividad: administración personalizada de los contenidos y participación del usuario

Para lograr esto, se efectuó una observación científica simple del sitio web en diferentes períodos, tomando capturas de pantalla en las siguientes ventanas de tiempo:

- Del 2 al 6 de diciembre de 2013
- Del 15 al 21 de diciembre de 2013
- De 23 al 30 de diciembre de 2013
- Del 28 de abril al 7 de mayo de 2014
- Del 30 de mayo al 11 de junio de 2014

- Del 20 al 25 de junio de 2014
- Del 26 de junio al 1 de julio de 2014
- Del 22 al 29 de julio de 2014
- Del 31 de julio al 7 agosto de 2014
- Del 8 al 15 de agosto de 2014
- Del 26 de agosto al 2 de septiembre de 2014

Además, se llevaron a cabo entrevistas al editor de Rosario3.com, Damián Schwarzstein y a la sub-editora Sabrina Ferrarese. Las mismas pueden encontrarse en el anexo de este trabajo. Finalmente se efectuó una visita a la redacción del periódico digital el día 12 de mayo de 2014 para realizar una observación completa de la dinámica del espacio de trabajo.

Decisiones asociadas al manejo de la información noticiosa dentro del portal Rosario3.com

Inmediatez de la información en Rosario3.com

La actualización permanente de los contenidos es una de las características más importantes del periodismo digital. Está definida por varios autores especialistas en la materia (Juan Carlos Camus, João Canavilhas, Guillermo Franco, Javier Díaz Noci, Marcos Palacios, entre otros) como una de las características más importantes a tener en cuenta si se desea tener un sitio web dinámico y con un alto grado de adecuación a las necesidades de los usuarios de Internet.

La inmediatez de la información supone una actualización constante de los contenidos, una renovación permanente de las noticias alojadas en los portales periodísticos. La actualización de noticias en tiempo real se constituye como un principio fundamental, ya que un sitio que privilegie la inmediatez y la disponibilidad de contenidos nuevos todo el tiempo tendrá de por sí una ventaja con respecto a los demás. El usuario generalmente entra a los portales periodísticos buscando la última noticia y, si no la puede encontrar allí, la irá a buscar en otro lado. Además, esta característica resulta simple y económica: la persona no debe acercarse al kiosco para comprar un diario, ni debe prender la radio o la televisión y esperar a que pasen la noticia que le interesa conocer. Solamente con entrar al portal actualizado basta, sin que exista ningún gasto adicional.

Desde los comienzos del periodismo, la información ha sido emitida en determinados intervalos de tiempo, que con el paso de los años fueron abreviándose cada vez más. La periodicidad se fue haciendo cada vez más corta y, en el caso de los diarios, lo más corto que se ha podido lograr es una periodicidad diaria, sumado a la desventaja de grandes gastos económicos que incluyen la impresión y la distribución. Los portales periodísticos digitales prescinden de todos estos condicionantes, superando a la periodicidad de actualización más rápida que existía previamente, la de la radio y la televisión. Hoy, las características del medio digital permiten una aproximación al objetivo antes inalcanzable de simultaneidad entre hecho y publicación. Desde que ocurre la noticia hasta que se consume la información en el portal periodístico, el tiempo se redujo hasta casi la instantaneidad (Canavilhas, 2007, p.218).

Esta continuidad de la información en los medios digitales provoca una *ruptura de la periodicidad*, como la denomina Díaz Noci (2001), y consiste en la capacidad de incorporar nuevas informaciones de inmediato y sin una periodicidad predeterminada:

Las características del nuevo medio han hecho que los tiempos de producción y de recepción se hayan alterado sustancialmente. Los acontecimientos pueden ser reflejados en el discurso de los cybermedios de manera más ágil y sin temor a la limitación de espacio. La densidad de estos, variable mensurable y definida como el número de acontecimientos por unidad de tiempo, es, debido a la tecnología digital, mucho mayor, porque la discriminación de acontecimientos que devienen noticiosos es menor. Para empezar, la distinción entre sincronismo y asincronismo que dividía los

medios escritos (impresos) y los audiovisuales se ha difuminado. Las producciones informativas audiovisuales ya no son únicamente de recepción síncrona, sino que puede procederse al archivo de las informaciones, para su descarga y consumo por parte del usuario cuando éste disponga. Eso trae consigo la ubicuidad de la información. Todo ello añade un nuevo elemento: la tempestividad, es decir, el período de permanencia de un producto informativo, su vigencia, el tiempo que podemos dejarlo disponible sin que pierda actualidad, bien considerado en sí mismo como una unidad discreta (una noticia del día, por ejemplo), bien porque se incluye luego como información contextual de otra noticia más reciente.

La información puede ser sometida, por otro lado, a una renovación continua, bien por acumulación, añadiendo nuevos datos, referencias, documentación o informaciones que se vinculan a la principal; bien por sustitución, es decir, un nuevo (ciber)texto reemplaza al antiguo, al que queda obsoleto, lo que ocurre a menudo en las informaciones de última hora ("efecto palimpsesto").

Rosario3.com sigue un criterio de actualización continuo de las noticias. Los entrevistados especifican que se intenta que el sitio no tenga en la portada las mismas noticias durante demasiado tiempo para poder lograr una imagen dinámica del mismo. Desde la observación de campo se desprende que los redactores comienzan a rastrear nuevas noticias apenas finalizan la publicación de la anterior, lo que lleva a una actualización constante. Sabrina Ferrarese explica:

El criterio de actualización de la información es el de la información constante (...). Se considera noticia cuando agrega algo a la noticia, algo noticioso. Vamos actualizando constantemente a medida que surge la información. Si no hay información se genera. Las noticias están siempre ahí, hay que buscarlas. (...) El tema es darle una vuelta de ponerlo como noticia, de trabajar para encontrarla

El sistema de trabajo en Rosario3.com no posee un esquema previamente definido para la publicación de las noticias, es decir que no existen horarios predeterminados en los cuales los cronistas deban subir información obligatoriamente. Durante la observación de campo se comprobó que los trabajadores del portal comienzan a buscar noticias provenientes desde distintas fuentes apenas comenzado su horario laboral, para luego elaborar la información y la redactarla de acuerdo a los estándares y criterios del sitio. Finalmente, la noticia es enviada al sistema de gestión de contenidos para que la persona encargada de publicarla, generalmente Sabrina Ferrarese, la *suba* definitivamente al sitio para que aparezca *online*. Puede ocurrir que, mientras se encuentran trabajando en una determinada información, aparezca otra que por su importancia e impacto en la sociedad resulte más urgente. En estos casos, los cronistas se aseguran de que esta noticia esté *online* lo antes posible para poder satisfacer la necesidad de estar informados de los usuarios. La información en la que se estaba trabajando previamente quedará relegada hasta que se pueda volver a trabajar en ella. Esto evidencia que el criterio de actualización utilizado en el sitio varía entre la inmediatez y la importancia, dependiendo de la temática de la noticia.



Diferentes horarios de publicación de las noticias principales.

Los criterios de noticiabilidad permiten que el periodista determine cuándo un simple acontecimiento pasa a ser noticia. Éstos, evidentemente, dependerán de la cultura de la sociedad y también de la agenda y de las políticas editoriales del medio. En la construcción de la noticia, entran en juego muchos factores que afectan a la información a ser publicada por el medio, tales como las fuentes, las audiencias, los propietarios, los anunciantes y también el poder político.

El periodista entonces actúa como un *gatekeeper*, término utilizado por David White en la década de 1950 para determinar qué informaciones pasan y cuáles son descartadas. Él es el que tiene que decidir, siendo lo más objetivo posible, cuáles son los temas que se imponen en la sociedad. Para ello, deben decidir si una información es noticiable o no: aquí entra en juego el valor de la noticia como información práctica, como impacto emocional y como formadora de la opinión pública (Stella Martini, 2000, p. 17).

Los *valores-noticia* (Martini, 2000, p.18) que Rosario3.com tiene en cuenta para sus publicaciones tienen que ver principalmente con la localización geográfica de los hechos. Se prioriza la información local por encima de la nacional en casi todos los casos, salvo que el hecho sea de una contundencia social muy importante. Conjuntamente, prevalece la importancia de lo acontecido, es decir, la incidencia sobre la vida cotidiana de las personas. Un criterio muy utilizado también es aquel relacionado con los hechos que implican la presencia de personajes de trascendencia en la sociedad actual (por ejemplo, declaraciones de la Presidenta de la Nación, de funcionarios de la provincia o de la ciudad). Y en el último tiempo, el portal también comenzó a cederle un espacio muy importante a lo que los entrevistados denominaron “una mezcla de ocio, pasatiempo, tecnología y entretenimiento, noticias increíbles o de fuentes dudosas, información original y curiosa que se consume para pasar el rato”, como explica Sabrina Ferrarese. Ejemplos de esto pueden observarse más adelante en el capítulo.

Existen otras maneras de determinar la noticiabilidad de la información, las cuales también son utilizadas por Rosario3.com, aunque en menor medida. Martini las clasifica de la siguiente manera, según los efectos que un acontecimiento puede tener para la sociedad:

- Novedad: define la noticia ya que es el “índice de la variación en el sistema” e implica la existencia del hecho como ruptura.
- Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo: apelan a la curiosidad que pueda despertar y a la inquietud que provoca. Los hechos imprevisibles operan con fuerza en los imaginarios sociales, propician el surgimiento de significaciones asociadas a la inseguridad y la amenaza.

Estos criterios pueden verse en la noticia de la imagen, por ejemplo. El hecho de que haya habido tres muertes en las últimas horas en la ciudad genera una ruptura en la normalidad de los hechos cotidianos. A pesar de que la violencia y los asesinatos se han convertido en moneda corriente en la ciudad en los últimos dos años, no deja de ser noticia, especialmente este caso por la cantidad de muertos en poco tiempo. Los policiales son hechos novedosos que siempre van a llamar la atención del público y, además, tienen una imprevisibilidad que genera miedo en la sociedad, tal como describe Martini.



- Evolución futura de los acontecimientos: marca la significatividad que el acontecimiento adquiere respecto de las expectativas en la sociedad. Además, una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo información a partir de ella durante varios días. En este caso, se puede observar una noticia relacionada con obras a realizarse por el gobierno santafesino. Esta información tuvo una fuerte repercusión debido a que en estos casos casi siempre se cuestiona al gobierno por los ganadores de las licitaciones. Estos hechos generan un seguimiento por parte de los medios, que se encargarán de seguir informando sobre el estado de las obras, polémicas que generan las mismas, declaraciones de funcionarios, etc.

Galpones centrales: piden "transparencia" y proponen llevar boliches

El concejal Sukerman reclamó a la intendenta Fein que envíe al Concejo los pliegos de licitaciones de los espacios públicos de la costanera, donde habrá bares y oferta cultural. En tanto, desde el PRO, plantearon que esa zona sea "exclusiva de boliches"

- Magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, que se conecta con la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida, e implica su gravedad. El modelo de diario popular sensacionalista se maneja habitualmente con el grado de noticiabilidad que remite a la cantidad de personas implicadas y la proximidad geográfica del acontecimiento, con lo que ratifica un contrato en términos de cercanía.
- Importancia y gravedad que se mide en varios niveles, y el central es la incidencia sobre la vida de la sociedad, en términos presentes o futuros, y en términos relativos de conmoción. Aquí se incluyen las formas de articulación con el impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, o sobre el interés local. Siempre la noticia local ha resultado más interesante para el público porque construye el sentido de su cotidianidad. Este valor se explica a través de otros valores como la cantidad y jerarquía de las personas implicadas en el hecho, la proximidad de ocurrencia, y las consecuencias implicadas.

El caso de los saqueos en la ciudad de Córdoba durante el mes de diciembre de 2013 fue un ejemplo de la importancia y gravedad de una noticia y de la magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, este hecho cumple con todos los requisitos descriptos por Martini aquí: causó conmoción, impactó fuertemente en la sociedad, fue de interés nacional y estuvieron implicadas muchas personas.



- Proximidad geográfica del hecho a la sociedad: que se conecta con los centros de interés del público. Cuanto más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable

resulta. También se enlaza con lo local y, en el caso de la información televisiva, las imágenes golpean por el reconocimiento posible. Ese valor se asocia con la cantidad de personas implicadas.

En esta imagen se puede observar a modo de ejemplo que dos de las tres noticias principales poseen un criterio relacionado con las noticias locales independientemente de la temática de la información. Rosario3.com da una fuerte importancia a las noticias locales, y en ciertos casos, se trata de bajar lo nacional a lo local: en el caso de la muerte de Norma Pons, un hecho nacional, se creó una noticia relacionada con la ciudad de Rosario, por ejemplo.



- Jerarquía de los personajes implicados, que apela a las apariciones o la presencia pública de personajes conocidos que son noticia. También adquieren valor de noticiabilidad los hechos protagonizados por personajes comunes.

En el ejemplo se observa a un personaje público como Mario Pergolini haciendo declaraciones polémicas sobre Marcelo Tinelli en su cuenta de Twitter. Últimamente, los personajes conocidos utilizan mucho sus cuentas en esta red social para hablar sobre determinadas cuestiones y, su estatus de famosos genera que se hable sobre ellos. En el otro caso, se puede ver a una señora *común*, cuya anécdota con el famoso actor Richard Gere (le regaló pizza pensando que era un mendigo) salió en varios medios de comunicación



- Inclusión de desplazamientos, que trata de movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar o de posición, y trayectorias que permiten efectos diversos sobre la sociedad. Son hechos anunciados, previstos, con una organización detrás, y resultan más fácilmente abordables, y son adecuados para la televisión, por su carácter visible, notorio y espectacular. Presentan las ventajas que se prolongan en

el tiempo, y permiten la instalación de series, provocan resultados casi inmediatos, forman parte de las rutinas informativas y de lo que podría llamarse la “normalidad informativa”.

En esta noticia de Rosario3.com se puede observar un hecho que está previsto y resulta cotidiano en nuestro país, como lo son las protestas de trabajadores.

Ciudad y Región

Movilización de obreros por una obra paralizada

El gremio que representa a los trabajadores de la construcción, Uocra, lanzó una medida de protesta para este lunes desde las 9.30 con corte de calle en bulevard Oroño al 700 para evitar el despido de 35 obreros

El medio determina entonces la importancia que la audiencia le asigna a cada información de acuerdo a estas clasificaciones, que son tomadas en cuenta generalmente como un conjunto más que individualmente. El periodista considera que su criterio de selección será correcto al realizar una comparación con otros medios, ya que cuanto más se coincida en la selección, más efecto tendrá la noticia en la sociedad. (Martini, 2000, p.20).

La actualización de las noticias en el portal también depende del sistema de trabajo que existe en la redacción. Durante el primer turno de la mañana, que se extiende entre las 7 y las 9, los cronistas que se encuentran trabajando en la redacción suelen ser solamente dos. El editor, Damián Schwarzstein, suele arribar a la redacción cerca del mediodía, por lo cual las decisiones importantes quedan a cargo de Sabrina Ferrarese, la sub editora. El papel del editor de noticias está presente de una forma u otra en todos los casos, pero siempre está más concentrado en la planificación a medio plazo que en decisiones de último minuto sobre los titulares en portada. Hay casos en los cuales las decisiones resultan más complicadas y se acude a su consejo. Sin embargo, en las situaciones normales los periodistas trabajan autónomamente: tienen libertad para elegir el tema que tratarán, para escribirlo y para publicarlo en la web cuando deseen.

A pesar de esta libertad para elegir las temáticas, las noticias urgentes siempre tienen la prioridad. Explica Schwarzstein:

Si se está comentando algo, la gente va a querer entrar a Rosario3 para ver la información, entonces se prioriza la actualización. Por ejemplo, en el caso de la explosión de calle Salta, cuando la gente escuchó la explosión lo primero que dijo es <<A ver Rosario3>>, entonces tenemos que tener el alerta primero y después ir agregando más detalles, ir trabajándolo con más profundidad. Hay que responder a esa demanda de la gente, las personas están deseosas de información.

El sistema de gestión de contenidos de Rosario3.com incluye un régimen de alertas. Dependiendo de la importancia de la noticia, puede realizarse una actualización que a veces no posee demasiadas explicaciones. Suele aclararse que la noticia está en desarrollo, bajo el argumento periodístico subyacente de que se debe informar a la audiencia de cualquier hecho tan pronto como sea conocido. Esto ocurre con noticias de alto impacto social exclusivamente, como fue el caso mencionado por el editor de la explosión de un edificio en calle Salta al 2100 debido a una fuga de gas, en agosto del año 2013. Las alertas emitidas por el portal se diferencian de las noticias regulares en cuestiones de formato y estilo: los cuadros son de color gris oscuro y las letras de los titulares son blancas.



Dos alertas emitidas por el portal (diciembre 2013 y abril 2014). En estos casos, los formatos son modificados para demostrar la importancia de la noticia

Ferrarese explica que este sistema de alertas no le gusta, ya que los lectores requieren un mínimo de información para satisfacer sus necesidades, por lo tanto prefiere realizar un desarrollo más completo de la información.

A veces en el afán de publicar primero se deja de lado si la información es atractiva o no para el lector. Hay que pensar para quién se escribe, para la competencia o para el lector. Me parece que Rosario3 prioriza la buena información, ya que hubo veces que no nos ha importado ser segundos con tal de tener mejor información y de mejor calidad.

Existe una muy importante y a la vez polémica desventaja que trae aparejada la inmediatez de la información: el deterioro en el rigor informativo pone en riesgo la calidad de las informaciones.

Esta cuestión suscita numerosas discusiones en cuanto a la disyuntiva de si es más importante publicar una noticia con rapidez o publicarla una vez se haya podido realizar un análisis más profundo de la misma.

El incremento del volumen de información y recursos disponibles y la facilidad con la que cualquiera puede crear y difundir información en los medios digitales ha favorecido un entorno en el cual el estudio de la calidad de la información fue cobrando cada vez más importancia.

La información impresa requiere pasar por una serie de filtros y pautas de edición o presentación para poder salir a la luz. Estos filtros son mínimos en los medios digitales, por lo tanto es recurrente encontrar en la web tanto recursos de buena calidad como otros de menor.

El término calidad, aplicado a la información en Internet, es una meta que implica un proceso continuo de planificación, análisis, diseño, implementación, promoción e innovación, para asegurar que la información cubra las necesidades de los usuarios en cuanto a contenido, presentación y usabilidad. Sin embargo, no todos los productores de información apuestan por la calidad debido al esfuerzo que requiere y por eso encontramos en internet recursos de todo tipo.

En la mayoría de los casos, los medios privilegian la celeridad en la publicación, ya que se valora la idea de que el usuario pueda estar informado al instante y pueda observar cómo va cambiando el panorama informativo con solo un pantallazo. La idea es que exista un "río de noticias" (término acuñado por Winer en 2005), que permita al usuario disponer de un flujo incesante de nuevos contenidos. Además, existe la cuestión de la rentabilidad: poseer información de mejor calidad en un medio supone que la misma es generada y analizada por profesionales de la comunicación, personas que significan un desembolso de dinero bastante mayor por parte de la empresa que el de un pasante, por ejemplo.

Debe quedar en el medio la responsabilidad de contrastar la información antes de publicarla, para no perder la credibilidad de la marca ante el público. Como expresó Gabriel García Márquez: "A veces se olvida que la mejor noticia no es la que se da primero, si no la que se da mejor".

Schwarzstein, explica que él prefiere la inmediatez, con los riesgos que ello conlleva: "Priorizamos siempre la actualización, primero actualizamos con un alerta y después a veces subimos, según la urgencia, la noticia sin revisión. Y después seguimos trabajándola. Pero siempre damos un pantallazo, como si fuese un flash televisivo". En algunas ocasiones, debido a esto se dan los vicios típicos que derivan de la inmediatez de la información: la inexactitud en la información, errores de tipeo y de ortografía y arbitrariedad en la selección de las noticias.

12:27 | domingo, 22 de junio de 2014

 Tweep |
  Me gusta |
  Compartir |
  73 |
  8+1 |
  0

Ocio | Noticias Ocio

» » »

Loly y Rial, una reconciliación paso a paso

Todo indica que el reencuentro está cerca. A pesar de que el conductor bajó los decibeles al respecto, Tinelli dejó trascender su visita a la modelo en los camarines de Showmatch



Donde hubo fuego.

[Ampliar imágenes](#)

Se viene la reconciliación. Aunque ellos se muestran desconfiados y a veces distantes con esa posibilidad, el reencuentro es cosa de horas.

Según publicó Clarín on line, el viernes pasado, al aire, Jorge Rial dio por tierra las versiones que indicaban que viajaría a Brasil con Loly a ver el partido de la selección. Sin embargo, no quiso hablar de reconciliación.

Pero a las palabras se las levó el viento. Es que, horas más tarde, estuvo de visita en los camarines de Ideas del Sur y sorprendió a la joven. "Recién en los camarines me pareció ver a alguien conocido que vino a saludarla", le dijo Marcelo Tinelli a Loly, quien con una sonrisa no pudo negarlo.

Durante la charla con Nicolás Magaldi, apareció el conductor y parece que no solo fue el hecho de la visita lo que resaltó. Él le habría propuesto casamiento. Sí, nada más ni nada menos. Pero, habrá que remar más enaguas turbias.

"Tiene que reconquistarme", afirmó Antoniale. "Quedaron cosas pendientes. Estamos mucho mejor, pero falta. Si me ama lova a tener que seguir haciendo con amor y paciencia", explicó en Showmatch.

De todas formas, Tinelli, como un gran celestino, arriesgó: "Para mí se viene la reconciliación de acá a la China".

Errores de tipeo en una noticia

Las noticias que selecciona Rosario3.com están intrínsecamente relacionadas con el multimedios en el que están inmersos (*Televisión Litoral*). Existe una fuerteconvergencia con los otros dos medios del multimedios *Televisión Litoral* (Radio2 y Canal 3), en la cual la inmediatez de los contenidos depende de las notas que se realizan en los mismos. Esto genera que en la mayoría de los casos se priorice la información que surge de Radio 2, lo que deriva en una arbitrariedad en la selección de las noticias. Esta excesiva dependencia de las agendas habituales que poseen los periodistas pueden llegar a dañar la confiabilidad de la información (Stella Martini,

The image displays two screenshots of the Rosario3.com website. The left screenshot shows a news article titled "Tiroteo en las calles internas del Hospital Roque Sáenz Peña" dated June 22, 2013. The article includes a photograph of the hospital building and a video player for "Graciela Lúdicia (Radio 2)". The right screenshot shows a news article titled "La nueva configuración del delito rosarino, según Gendarmería" dated March 07, 2014. This article includes a photograph of police officers and a video player for "En diálogo con Radiópolis, el programa que conduce Roberto Caferra por Radio 2".

2000, p.10).

Notas extraídas de Radio2.

El primer turno laboral en la redacción del periódico digital corresponde al de las siete de la mañana. A esa hora, generalmente se encuentran trabajando entre dos y tres personas que se encargan de subir las primeras notas del día. Los temas que cubren las mismas suelen ser similares: primero se informa sobre el clima en la ciudad, luego comienzan las noticias políticas y policiales de Rosario. Las mismas dependen en la mayoría de los casos del programa radial que está siendo emitido a esa hora (*Radiópolis*, conducido por Roberto Caferra). La mayor parte de las noticias de las

primeras horas de la mañana surgen del mismo, siendo desgrabadas al mismo tiempo que están saliendo al aire. Luego se procede a la redacción y posterior subida al sistema de gestión de contenidos de Rosario3.com para ser supervisada por la subeditora Sabrina Ferrarese. Entre las 9 de la mañana y las 12 del mediodía, la fuente de las noticias del portal sigue siendo la radio principalmente, para cuestiones policiales y de la ciudad como ya se explicitó. En este caso se escucha atentamente el programa de Alberto Lotuf *A diario* para ello. Luego del mediodía, muchas de las noticias provienen del noticiero emitido por Canal 3, *De 12 a 14*, las cuales siempre poseen videos que han sido presentados en el mismo previamente. Durante el resto de la jornada, las fuentes a partir de las cuales se obtienen las noticias son más diversas, incluyendo cables noticiosos, a las oficinas de prensa de distintas instituciones, a las agencias de prensa y a Internet.



Dice Pablo Mancini (Hackear el periodismo, 2011), que un producto tiene calidad cuando agrega valor a la experiencia postconsumo. Explica que los productos periodísticos deben ser remixables, compartibles y personalizables. Los cronistas de Rosario3.com son conscientes de que a veces puede darse una falta en la profundidad de los análisis, falta que evita el logro un producto final como el que explicita Mancini. El sistema actual de trabajo en Rosario3.com tiene como preferencia la celeridad en la producción de notas, lo que permite acumular la mayor cantidad de piezas cortas en el menor tiempo posible. Este método favorece sin dudas la constante actualización de la información, en detrimento de la creación de contenidos que suplan las necesidades de una audiencia que está en todos lados.

En Rosario3.com, la excepción a la rutina de permanente actualización son los *especiales*, un producto realizado por los profesionales encargados de las tareas multimediales del portal y que no está

sujeto a la presión de la información diaria. Estos especiales son *mini-webs* dentro de la web de Rosario3.com, poseen un formato infográfico y tratan temas importantes para la sociedad. Además, estos trabajos evidencian un formato de noticia que satisface las necesidades del usuario, permitiéndole una personalización de la ruta de lectura, un agradable diseño y multiplicidad de voces, cuestión que fomenta la profundidad de la información. Este trabajo no sería sostenible si fuese realizado todos los días o hasta todas las semanas, ya que se debería poseer un equipo especializado para realizar estos especiales. El mismo debería ser independiente de la plantilla de trabajadores normal, de la que se ocupa de las noticias diarias. Los trabajadores afectados a la realización de estos especiales no sólo llevan a cabo las tareas multimediales relacionadas con el portal Rosario3.com, si no que se ocupan de realizar desgrabaciones y ediciones de archivos de audio y video para el resto de Televisión

Especial infográfico sobre el Nuevo Sistema Penal en la provinci

Litoral. Por ello, los especiales son creados con bastante tiempo de anticipación (entre uno y dos meses) ya que resultaría muy dificultoso para los profesionales desarrollarlos con dedicación mientras están capturando un video de *De 12 a 14*, o editando un audio de Radio2.

Este modo de trabajo está relacionado con el ideal de Canavilhas *Modelo de redacción de dos capas*, una forma de organizar las redacciones digitales, donde la primera capa permite aprovechar la capacidad de actualización de la información en los portales periodísticos y la segunda, dará lugar a un tratamiento más profundo de la noticia a través de diversos tipos de contenidos. Camus sostiene que este modelo de redacción permite “sacar provecho de las capacidades de innovación y desarrollo que ofrecen los medios digitales y ofrecer una experiencia de uso que genere mayores posibilidades de compromiso de los usuarios hacia el medio”. Si bien su implementación requiere de periodistas especializados en aspectos referidos a la informática (tales como manejo de herramientas de edición de audio, video e imágenes), Camus (2009, p.34) resalta la importancia de fusionar la posibilidad de actualización en “tiempo real” que posee la web con la de presentar la información en otros formatos diferentes al texto que permiten enriquecer la experiencia del usuario y su comprensión de la noticia:

Una forma de llevarlo a cabo, es la creación de dos capas de trabajo, o un *segundo piso* sobre la redacción actual, metafóricamente hablando, que les permitan dar nuevas miradas, lecturas y análisis al material con el que trabajan, con el objetivo de complementar la actualización a la que nos tienen acostumbrados. Hay que volver a hacer periodismo. Del tradicional, pero, esta vez, digital.

De esta manera, el usuario podrá obtener una mayor cantidad de datos sobre la noticia, lo que le permitirá realizar su propia crítica y análisis. El modelo de “dos capas” de Camus ayuda a sumar un valor agregado a la información, cuestión que está quedando relegada debido a la rapidez con la que se manejan las redacciones digitales.

La aplicación práctica de esta nueva forma de trabajo está explicada a través del “Modelo Margarita”, también ideado por Juan Carlos Camus (2009, p.36):

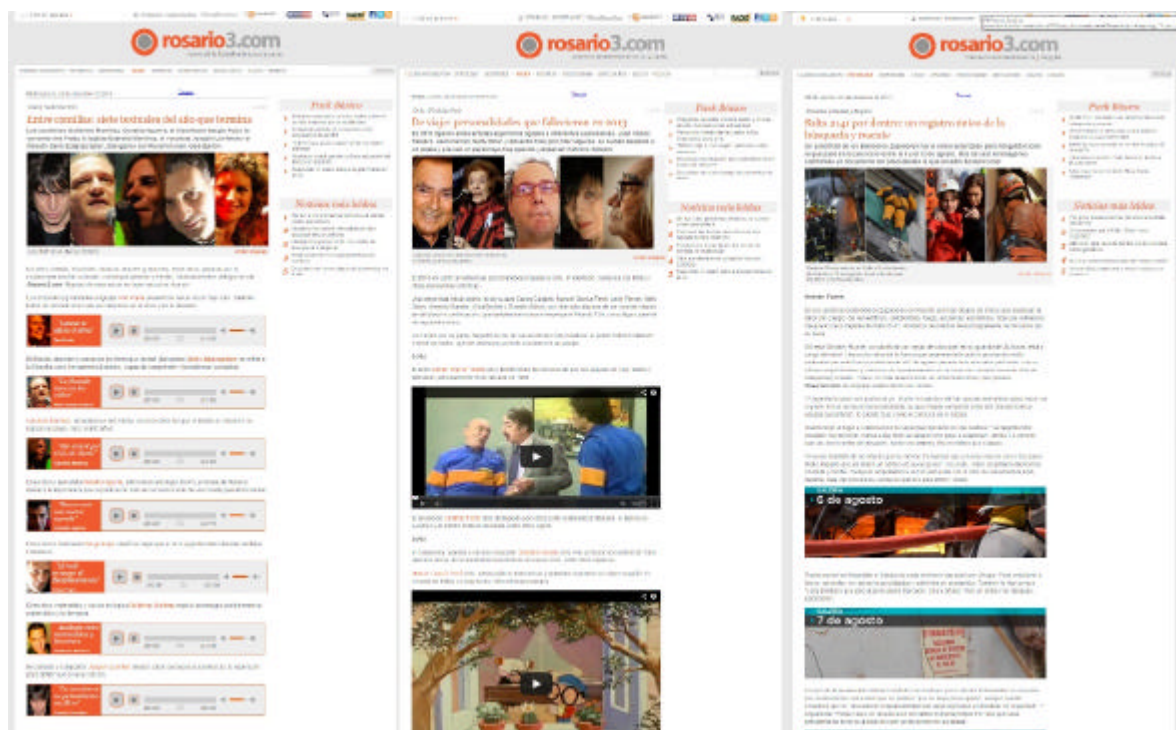
El mismo tiene siete fases que corresponden a:

- Definir: es la etapa inicial y permite determinar las características básicas del producto que se creará y conocer las necesidades de los usuarios, como también del contexto o de la plataforma utilizada.
- Crear: es la búsqueda, detección, preparación, desarrollo e incorporación de nuevos contenidos, dando inicio a la generación de ellos.
- Mediatizar: se refiere a las acciones de recopilar, elaborar y preparar aquellos contenidos que se ofrecerán a través de medios diferentes al texto en la pantalla.
- Interactivar: permite definir la interacción que tendrá el producto que se construye y elaborar las propuestas de acción que se ofrecerán a partir de los contenidos ya creados antes.
- Envasar: consiste en preparar técnicamente el contenido para ser publicado cumpliendo con los estándares definidos para la plataforma usada.

- **Publicar:** es el momento en que se pone a disposición de los usuarios lo que se ha preparado a través de las etapas anteriores.
- **Gestionar:** consiste en revisar los efectos conseguidos tras la publicación, empleando todas las métricas que sea posible recolectar para mejorar e influir en el desarrollo de las siguientes etapas del proyecto.

El desafío para los medios estará entonces en nutrirse de un grupo de periodistas profesionales y especializados en contenidos digitales, cuestión que se encuentra relegada en estos tiempos debido a que la mayoría de las empresas priorizan el empleo de redactores de baja experiencia que trabajen muchas horas con un bajo sueldo. Sin duda esto significará una presión para los grandes medios, acostumbrados a actuar de acuerdo a la rentabilidad potencial que pueden obtener de los sitios web.

Si bien es una idea que no estaría completamente desarrollada en Rosario3.com, el camino elegido al efectuar la realización de estos especiales es el deseable.



Especiales de Fin de año (2013)

Las informaciones provenientes de otras secciones que no forman parte del ámbito ciudad son tratadas por los periodistas que comienzan sus turnos laborales más tarde, ingresando la mayoría de los cronistas entre las 8 y la 10 de la mañana. Existe una determinación implícita de las noticias que cada uno debe cubrir: una persona suele encargarse de los deportes, otra de las noticias nacionales, otra de los espectáculos y el ocio y una última de las redes sociales del multimedia. Agrega Sabrina Ferrarese:

Está el editor que tiene una mirada global de la página. Pero después la redacción es muy democrática (...) También hay cuatro compañeros que se dedican a las cuestiones multimedia y recogen toda la información que empezó a explotarse con Internet, una mezcla de ocio, pasatiempo, tecnología y entretenimiento, algunas son "noticias

increíbles” o de fuentes dudosas, información que se consume mucho para pasar el rato. Para eso también hay gente especializada, pero si quiero subir algo yo, no pasa nada. Si a mí me gusta un cantante, por ejemplo, y quiero hacer una nota sobre eso, no hay problemas.

La información publicada en el sector *Superior 1* de la home page del sitio Rosario3.com es información relacionada en la mayoría de los casos con noticias policiales de la ciudad o casos de violencia en la misma. Este tipo de noticias tienen que ver generalmente con alguna información de allanamientos de búnkers, narcotráfico, violencia e inseguridad. Se suele complementar con declaraciones polémicas de políticos o funcionarios relacionados con la provincia de Santa Fe y, a veces, con el Gobierno Nacional. Esta cita de Ferrarese explica la tendencia en Rosario3.com a la publicación de informaciones *curiosas* o relacionadas con el mundo de la farándula, dentro de lo que se suelen incluir fotos provenientes de Twitter o



Una de las noticias de la sección *Superior 1* está relacionada con el espectáculo en la mayoría de los casos

Instagram de personalidades del mundo del espectáculo, declaraciones de personas famosas o mediáticas o información proveniente del programa *Showmatch* conducido por Marcelo Tinelli.

El *infotainment* o *infoentretenimiento*, tiene como consigna “posicionarse con ventaja en el mercado, por lo cual la función de informar al público queda subordinada, ya que el entretenimiento es lo que más vende” (Stella Martini, 2000, p.2). En sociedades en crisis, en las cuales la sociedad no cree en las instituciones ni en las figuras políticas, este tipo de noticias son comunes, a pesar de ser faltas en argumentación y contenido. Rosario3.com se ha posicionado como un portal con gran contenido de *infotainment*, lo que le permite obtener una mayor cantidad de clics debido a esto. Con este objetivo en mente, el de una mayor audiencia, en muchos de los casos una o dos de las noticias más importantes del sitio (presentes en la zona *Superior 1*) estarán relacionadas con el mundo del espectáculo.

Seguimiento de las noticias y post edición

El seguimiento de las noticias que impactan en la sociedad de alguna manera u otra es algo que Rosario3.com tiene en cuenta. El método más utilizado para llevarlo a cabo es

Noticias Relacionadas

Boasso hace rodar una alternativa a la suba del boleto

La tarjeta de colectivo se puede pagar por home banking

Noticias relacionadas

la creación de una nueva noticia, la cual estará relacionada con las demás y aparecerá debajo del cuerpo de la noticia en forma de hipervínculos que dirigen hacia una nueva pestaña. Explica Ferrarese:

Nosotros subimos las notas en una *caja* que es la posibilidad que te da el sistema de subir una noticia. Esa información, mientras no se modifique la esencia de la noticia, se va sumando a la *caja* y se va actualizando la hora. Si esa misma noticia tiene una derivación u otro costado, se arma otra *caja* y se relaciona. El criterio es que se utilice una caja para información que tenga entidad en sí misma. Si vos ves una noticia en la home tiene que tener entidad propia, que se entienda de qué se está hablando. Hay datos que no tienen entidad propia y van en la misma noticia porque no necesitan otra *caja*.

No fue documentado un caso en el que la misma noticia fuese editada para sumarle información en la misma página en los días subsiguientes, si no que el método llevado a cabo por los cronistas del sitio es elegir publicar la nota relacionada en otra *caja* de información. Sin embargo, este conjunto de noticias no es puesto independientemente sin ningún tipo de relación entre sí, si no que los cronistas se encargan de colocar al final de la noticia una lista de las *Notas Relacionadas* en forma de hipervínculos que permiten que el usuario elija las que desea leer a continuación. Lo negativo es que las noticias relacionadas son solamente del día en curso o del día anterior. Durante la observación realizada en el sitio esto pudo ser comprobado: la noticia principal sobre la desaparición de un comerciante el 24 de julio de 2014 tuvo que ser encontrada a través del buscador del sitio ya que no aparecía relacionada con las otras dos, fechadas el 27 y 28 de julio. La última noticia ofrecía un link hacia la información del día anterior, pero no a la noticia principal de la que derivaron las demás. En el ejemplo se puede observar cómo se efectuó el seguimiento de una noticia, en este caso, la de la desaparición y muerte de un hombre. Primero se informó sobre la desaparición y, cuando hubo más información del caso luego de cuatro días, se creó otra *caja* para crear la nueva noticia sobre su muerte. En una página diferente, un día después, se agregan detalles del crimen que van esclareciendo al lector cómo ocurrió el hecho.

09:20 | jueves, 24 de julio de 2014

[Tweet](#) [Me gusta](#) [Compartir](#) [5](#) [G+](#) [0](#)

Noticias | Ciudad y Región

AAA

Solicitan información sobre el paradero de un hombre

Néstor José Smud, de 69 años, es buscado por su familia desde el 7 de julio pasado. Un rasgo llamativo para identificarlo: ojos celestes muy claros



La foto de Néstor que difundieron familiares.

[Ampliar imágenes](#)

19:08 | domingo, 27 de julio de 2014

[Tweet](#) [Me gusta](#) [Compartir](#) [106](#) [G+](#) [0](#)

Noticias | Policiales

AAA

Encontraron sin vida al comerciante que estaba desaparecido

Se trata de Néstor José Smud, de 69 años, cuyo paradero era desconocido desde hacía tres semanas. Creen que fue asesinado y la policía ya detuvo a un sospechoso. Trabajan sobre la hipótesis de un secuestro extorsivo que terminó de la peor manera



La foto de Néstor que habían difundido familiares durante su búsqueda.

[Ampliar imágenes](#)

09:54 | lunes, 28 de julio de 2014

[Tweet](#) [Me gusta](#) [Compartir](#) [73](#) [G+](#) [0](#)

Noticias | Policiales

AAA

Crimen del comerciante: fuerte custodia en la casa del sospechoso

Desde temprano, un patrullero estaba apostado en el número 2316 de calle Salta. Allí vive el presunto homicida de Néstor Smud, el comerciante hallado descuartizado este domingo. Investigaban la hipótesis de un cómplice



El secuestrado vive en Salta casi Alvear. (Rosario3)

[Ampliar imágenes](#)

Resumen

- Rosario3.com tiene un criterio de actualización de la información constante, en el que se privilegian las noticias más urgentes pero también las más importantes. La rapidez con la que una noticia aparece online tendrá que ver con el impacto social de la misma.
- Existe un sistema de alertas en el portal Rosario3.com: el mismo permite subir noticias que todavía están poco desarrolladas con el objetivo de que el usuario sepa al menos algo de lo que está pasando.
- Para contrarrestar la falta de profundidad en el análisis que acarrea la inmediatez de la información, Rosario3.com suele llevar a cabo especiales con amplios reportajes y coberturas de noticias. Suelen ocurrir para las elecciones, a fin de año o en ocasiones importantes como puede ser el aniversario de un hecho trágico.
- El seguimiento de las noticias se realiza en diferentes páginas en casi todos los casos. No se ha observado la post edición de una misma página.

Repetición de la información en Rosario3.com

Utilizar los recursos del diseño impreso para estructurar las noticias en periódicos digitales provoca una ineficiencia en la presentación de los contenidos. Estos recursos refieren a la utilización del título, antetítulo y bajada para la construcción de la noticia, así como también hacerlo a través de la estructura de la pirámide invertida. (Guillermo Franco, 2004, p.1)

Mario García (2002) explica que los titulares aislados están llegando a ser cosa del pasado:

Para que los titulares trabajen más efectivamente –para que el proceso de escaneo sea acelerado y la narrativa mejorada– es mejor agregar *escalones*, *bajadas* o pensamientos extras a ellos (...) Históricamente, los titulares raramente aparecen como unidades aisladas. Los titulares con múltiples *bajadas* deben dar cuerpo a las historias que acompañan, mientras agregan **nueva información** con cada una de ellas. La primera línea introduce en la historia; las *bajadas* subsecuentes detallan más aspectos de ella. (...) Los titulares con múltiples ‘bajadas’ deben dar cuerpo a las historias que acompañan, mientras agregan nueva información con cada una de ellas. La primera línea introduce en la historia; las ‘bajadas’ subsecuentes detallan más aspectos de ella.

Cuando se construye una noticia en un periódico digital siguiendo la estructura de un periódico impreso, es decir, a partir de la utilización de la pirámide invertida, se genera una ineficiencia en la presentación de la información: los contenidos se repiten y aumenta el desplazamiento o *scrolling* vertical. (Guillermo Franco, 2004, p.2)

La repetición de información es un efecto perjudicial para los usuarios de los periódicos digitales: sumado a las dificultades para leer en línea, que resulta un 25 por ciento más lento que hacerlo en papel, el resultado de estos errores deviene inevitablemente en un abandono de la noticia que se está intentando leer o del sitio en sí mismo. Los usuarios requieren de contenidos concisos y contundentes que eviten que su atención se disperse, y la repetición constante de datos dentro de una noticia es una de las causas principales de frustración. Dice Pablo Mancini (2011, p.34) que se está produciendo un cóctel explosivo entre los soportes del futuro y las formas narrativas del pasado. Explica que producir brevedades es *clave*. “Menos es más”. Entonces, repetirle los mismos datos una y otra vez a una audiencia ávida de información pero que tiene muy poco tiempo para dedicarle a las noticias, es una señal de que algo se está haciendo mal.

Jakob Nielsen y Marie Tahir (2006) explican que para que las historias noticiosas sean efectivas en la página de inicio, los titulares y bajadas deben ser efectivos también. Resaltan la importancia de la información objetiva, en vez de la constante necesidad de tratar de seducir a los usuarios para que hagan clic. “Es igualmente importante ayudar a que los usuarios sepan cuándo no dar clic sobre un elemento si de verdad no les interesa. El resultado son muchos clics desperdiciados antes de que desistan” (Nielsen y Tahir, 2006).

Rosario3.com sigue modelo de titulación impreso de Guillermo Franco. Si bien no se utilizan las volantas o antetítulos por considerarlas información redundante, la estructuración de los contenidos está basada en general en la forma tradicional de redactar del periodismo impreso. Explica Schwarstein:

Algunos escriben el título y luego la bajada funciona como primer párrafo. Nosotros no, porque consideramos que cada elemento es independiente del otro y sobre todo, que el texto es una pieza en sí. A lo mejor yo copio y pego el texto, y se lo mando a otra persona. Y si mi texto empieza hablando como siguiendo la bajada, la otra persona no lo va a entender. En ese sentido trabajamos más como un diario impreso, no como Télam que va siguiendo el título, la bajada y el primer párrafo.

La estructuración de las noticias en la *home page* se da de la siguiente manera: un título más una bajada y, si se da el caso, las noticias relacionadas debajo de ésta. Como se explicaba anteriormente, esta estructuración suele generar la indeseada repetición de información. Los entrevistados informaron que tratan de evitarla a toda costa, pero no existe un control férreo sobre esto ya que cada uno de los cronistas es responsable de la creación tanto del título como de la bajada que irá publicada en la *home page*. Estos enunciados se comprueban con el ejemplo de la imagen a continuación. En la misma, se observan dos casos diferentes de repetición de datos debido a la utilización del modelo de titulación impreso. En la nota de la izquierda se observa que se duplican datos que podrían evitarse, tales como la mención a Argentina en el título y a “la selección” en la bajada, así como también la alusión al grupo F en el que jugaban los dos equipos. Además se menciona dos veces a la selección adversaria, que aparece como Nigeria en el titular y dos veces más como “equipo africano” y “águilas verdes” en el sumario. Los datos son muy pocos y se podrían haber estructurado de manera diferente, por ejemplo:

Título: Argentina se enfrenta a Nigeria

Bajada: El partido será el miércoles a las 13. Ya clasificados para octavos, a Messi y compañía les alcanza con un empate para ganar el Grupo F.

La nota de la derecha comete los mismos errores de duplicación de datos, donde se observa que tanto en el titular como en la bajada se habla del mal clima (“Tras soportar la lluvia” y “anoche cayó mucha agua”) y se hace referencia también a los hinchas en tres ocasiones (“hinchas”, “cientos de miles de argentinos” y “alentar”). Este caso se podría haber resuelto de la siguiente manera:

Título: Miles de hinchas argentinos en Porto Alegre

Bajada: Una intensa lluvia no impidió que acampen en los alrededores de Beira-Río. Vallaron el estadio para evitar que haya colados.

Las tareas de observación comprueban que, si bien es bastante evidente que se intenta recurrir a la utilización de recursos tales como los sinónimos y una construcción diferente de la oración para evitar la duplicación de datos, la repetición es indudable.

¿Para ver quién gana el mundial?
Brasil 2014

SEDES

Argentina y Nigeria, un "clásico" para ver quién se queda con el grupo



10.20 | f t

La selección enfrenta este miércoles a las 13 al equipo africano. Ya clasificados para los octavos, a Messi y compañía le alcanza con un empate ante las Águilas Verdes para ganar el grupo F

- Maradona anunció que no irá a la cancha
- Mandó tu Foto | Fiebre Mundial!

Tras soportar la lluvia, los hinchas rodean el Beira-Río



10.50 | f t

Cientos de miles de argentinos llegaron a Porto Alegre y muchos acamparon. Y si bien anoche cayó mucha agua, ya están listos para alentar a la selección. Valieron el estadio para evitar que haya colados

Balearon a un argentino en un bar de Porto Alegre

10.55 | f t

Es un hombre de 35 años que discutió con un brasileño y recibió un tiro en una pierna. Está fuera de peligro

Ejemplo 1

En Rosario3.com también se pueden encontrar otros modelos de estructuración de las informaciones que evidencian la existencia de una hibridación en de procedimientos a la hora de decidir el montaje de los encabezados de las piezas noticiosas. La misma corresponde a un modo diferente de estructuración de la información, la cual advierte una relación de continuidad cohesiva entre título y bajada. Esta práctica es restringida, ya que en la mayor parte de los casos se recurre al modelo de titulación impresa. En el ejemplo 1, se observa que hay una ampliación de los datos: mientras que en el titular la información expresa que "Balearon a un argentino en un bar de Porto Alegre", la bajada agrega que el tiro fue en una de sus piernas y que está fuera de peligro. La diferencia con las otras noticias recae principalmente en la construcción sintáctica, ya que la primera oración del sumario es una continuación del título, estructura que está destinada a evitar la repetición. Se observa también esta práctica de hibridación en el ejemplo 2, en el cual los datos que brinda el titular son ampliados en la bajada, conformándose el sumario como un complemento del primero. Si bien los datos subrayados en rojo operan como sinónimos, no existe una repetición de información que canse al lector.

El día más sangriento en Gaza: más de cien palestinos muertos

18.33 | f t

Fue en una nueva ofensiva de Israel. Viviendas, centros de prensa, zonas de cultivo y mezquitas fueron alcanzados por los bombardeos. El conflicto ya suma 1.230 víctimas fatales, en su mayoría civiles

Ejemplo 2

El gran problema de la repetición de información ha ido mejorando a través de los años. En algunos casos, los medios han tratado de evitar este groso error al menos en las páginas de inicio. Dice Guillermo Franco (2010, p.69):

Hay dos niveles de progreso en cuanto a la aplicación de la teoría sobre periodismo digital: en el primer nivel, ocurre que cuando se ingresa a sitios la información se repite en el título y en el primer párrafo. Éste es el nivel más bajo, en el cual se repiten niveles de titulación y de escritura impresa. En el segundo nivel, en la página de inicio se toman la molestia de no repetir la información, pero cuando se entra en detalle en el texto se ve que no se hace nada para romper la uniformidad del texto, por ejemplo. Casi no conozco casos donde se capitalice la teoría para la presentación de contenidos.

La existencia de repetición de datos en las noticias de la home page de Rosario3.com resulta más sutil que la que existe al ingresar a la noticia. En este caso, se ve que no se hace nada por romper la uniformidad de los textos. Dentro de las noticias, se observa en Rosario3.com una repetición de la información mucho más tediosa. El usuario que se siente interesado por una nota, hace clic en ella con el objetivo de obtener más datos. Sin embargo, al ingresar a la misma, se encuentra con idénticos título y bajada que ya leyó en la *home page*, sumado esto a una estructuración de la información de pirámide invertida que genera otra duplicación innecesaria en el *lead*. Sabrina Ferrarese agrega:

La mayoría de nosotros respeta la pirámide invertida, y el primer párrafo se construye con la información de la bajada y del título. A veces se usa el primer párrafo para contar de dónde sacaste la información. Se trata de dar la mayor información posible, con lo cual la repetición va en contra de eso.

A pesar de estos dichos, la evidencia de la repetición de información en las noticias es contundente: Se ve claro en este ejemplo que además de que el título y bajada son exactamente iguales que en la *home page*, la información también se repite en el *lead*. El usuario que ingresa a la noticia, generalmente lo hace porque desea conocer una mayor cantidad de datos sobre la misma. Una vez que leyó el titular y la bajada en la *home page*, hará clic en el link con el objetivo en mente de satisfacer su necesidad de información. Sin embargo, antes de poder cumplir ese objetivo debe sortear un obstáculo: la repetición. En este caso se observa que tanto el titular como la bajada son exactamente las mismas que las de la *home page*.

Título: Acuerdo en Córdoba tras el caos: la policía vuelve a las calles

Bajada: La madrugada fue de terror en la capital mediterránea, donde la fuerza de seguridad estaba autoacuartelada, se multiplicaron los saqueos y hubo un muerto y 110 heridos de bala. Al mediodía De La Sota anunció que la fuerza de seguridad salía a frenar la ola de delitos.

A esta indeseable repetición, se le suma la del *lead*: Después de horas de tensión y caos, el gobernador cordobés José Manuel De La Sota anunció el fin del autoacuartelamiento policial que liberó las calles de la capital mediterránea, que se convirtieron en un espantoso campo de batalla en el que murió un joven y centenas de personas resultaron heridas, 110 de ellas de bala, en medio de los saqueos y enfrentamientos entre delincuentes y vecinos y comerciantes.

La información repetida resulta demasiado:

1. Córdoba

2. Anuncio de De La Sota
3. Fin del autoacuartelamiento de la policía
4. Saqueos
5. Muerte de un joven
6. 110 personas heridas de bala

Acuerdo en Córdoba tras el caos: la policía vuelve a las calles



Agentes celebran el fin del conflicto

12:45

La madrugada fue de terror en la capital mediterránea, donde la fuerza de seguridad estaba autoacuartelada. Se multiplicaron los saqueos y hubo un muerto y 110 heridos de bala. Al mediodía De la Sota anunció que la fuerza de seguridad salía a frenar la ola de delitos.

12:15 | miércoles, 04 de diciembre de 2013

[Twitter](#)

Acuerdo en Córdoba tras el caos: la policía vuelve a las calles

Noticias | País

La madrugada fue de terror en la capital mediterránea, donde la fuerza de seguridad estaba autoacuartelada, se multiplicaron los saqueos y hubo un muerto y 110 heridos de bala. Al mediodía De la Sota anunció que la fuerza de seguridad salía a frenar la ola de delitos.



Agentes celebran el fin del conflicto. (Téam)

Después de horas de tensión y caos, el gobernador cordobés José Manuel de la Sota anunció el fin del autoacuartelamiento policial que liberó las calles de la capital mediterránea, que se convirtieron en un espantoso campo de batalla en el que murió un joven y centenas de personas sufrieron heridas. 110 de ellas de bala, en medio de los saqueos y los enfrentamientos entre delincuentes y vecinos y comerciantes.

De la Sota: "Algunos no nos consideran argentinos"

10:53

El gobernador de Córdoba cargó contra el gobierno nacional: "No nos merecamos que nos discriminen". "No hubo estallido social, operaron bandas de delincuentes", afirmó

Para Capitanich, la crisis es problema de De la Sota

Un chico detenido por romper autos con un palo en el centro

10:51

Tiene 16 años y fue denunciado por golpear vehículos estacionados en la zona de Paraguay y Zeballos. Cuando llegó la policía también le rompió

TV

Cuestión de Peso

BLOGS

Dicen que dicen
María O'Connell en Dicen que Dicen

COLUMNISTAS

Claudio Patrón
Temas científicos
Liga Google Street View ¿service con sorpresa?

Pack Básico

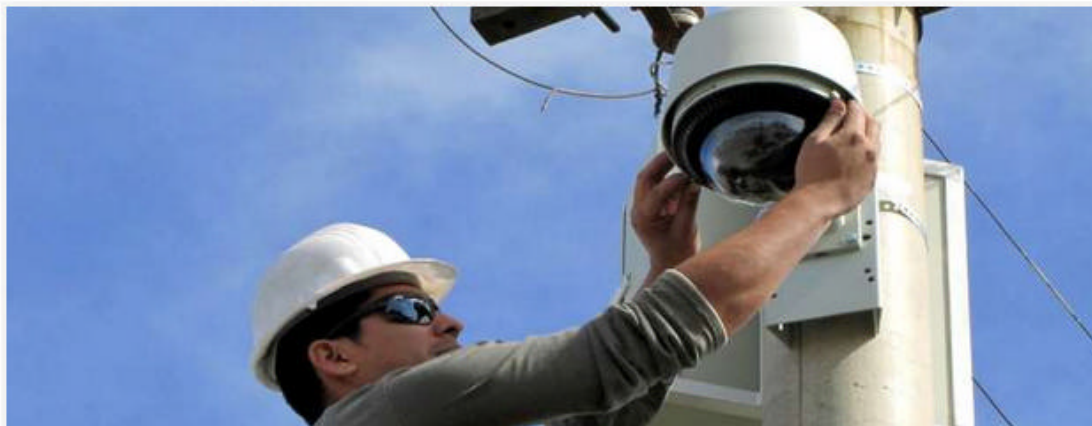
- > Tras una noche de terror, acuerdo en puerta entre De la Sota y la policía
- > Para Capitanich, la crisis es competencia exclusiva de De la Sota
- > A ponerse de acuerdo: el Consejo retoma el debate por el pasaje de colectivo
- > Organizaciones sociales buscan evitar nuevos saqueos en Rosario
- > Espejo, espejo: si hay photoshop, que avisen

Noticias más leídas

- 1 La mujer de Lanata no se calló y le contestó a Echam
- 2 Acuerdo en Córdoba tras el caos: la policía vuelve a las calles
- 3 Los videos de una noche salvaje
- 4 Así es la canción oficial de la selección para el Mundial
- 5 Espejo, espejo: si hay photoshop, que avisen

Otra cámara que falló y desató la discusión entre concejales

El fiscal que investiga el crimen cerca del boliche Jalizco confirmó que el dispositivo de videovigilancia de Eva Perón y Córdoba no funcionaba. Ediles de la oposición recordaron que no es la primera vez que ocurre. Capiello aseguró que de 47 pedidos de la Justicia, sólo tres no se respondieron



El funcionamiento de la videovigilancia quedó en el centro de la polémica. (Gobernación)

[Ampliar imágenes](#)

Tras el crimen del joven de 19 años este lunes a la madrugada cerca de Jalizco, el local bailable de Eva Perón y Donado, volvió a desatarse un cruce de los concejales rosarinos por las cámaras de seguridad. El edil del PRO Carlos Cardozo señaló este martes que el fiscal de homicidios, Miguel Moreno, confirmó que la cámara de esa esquina no funcionaba, cuando se trata de un elemento fundamental para lograr avances en la investigación del crimen. Por su parte, el justicialista Diego Giuliano enumeró una serie de casos graves donde la videovigilancia no funcionó.

En este otro ejemplo se vuelve a observar la repetición indeseada de información proveniente de la construcción de la noticia en base a modelos tradicionales impresos. Además del hecho de que la bajada y el titular son exactamente los mismos que en la *home page*, como se demostró en el anterior ejemplo, la duplicación de datos también es demasiado notoria en este caso. Los datos repetidos son los siguientes:

1. Cámara que no funcionaba
2. Crimen
3. Boliche Jalizco
4. Dirección del boliche
5. Cruce entre concejales/ediles

Con un modelo de pirámide invertida aplicada para la web con titulación tipográfica de la primera frase del primer párrafo del texto (Franco, 2004, p.75), se evitarían estas repeticiones indeseadas:

Si el texto está bien escrito, según el principio de la pirámide invertida, la segunda frase nunca repetirá información de la primera; será solo su complemento. En la práctica esto significa la eliminación del antetítulo, el título y el sumario tal como están concebidos para publicaciones impresas (es decir, como entidades externas al texto), pues al coexistir en la página de inicio con el 'lead' (de la pirámide invertida), el resultado neto es la repetición de información. Así mismo, esto significa que la primera

y la segunda frases del primer párrafo del artículo completo se reutilizan en la página interior, tal como aparecen en la página de inicio.

Según esta propuesta, este texto podría haber quedado estructurado de la siguiente manera:

Discusión entre concejales por cámara que no funcionaba

Se produjo por un dispositivo de videovigilancia en Eva Perón y Córdoba que podría haber sido utilizado como prueba en el crimen ocurrido cerca del boliche Jalizco de un joven de 19 años este lunes a la madrugada. El edil del PRO Carlos Cardozo señaló que se trata de un elemento fundamental para lograr avances en la investigación del crimen. Por su parte, el justicialista Diego Giuliano enumeró una serie de casos donde ocurrió lo mismo y Miguel Capiello, del oficialismo, salió a contestarles y sostuvo que "en los últimos dos meses, de 47 pedidos de la Justicia que llegaron, sólo tres no se pudieron responder por cámaras en mantenimiento".

Aquí se puede observar que esta manera de construir la noticia evita la repetición de información que recomienda Franco. En este caso, la fuente de la información provino de una entrevista que se realizó en Radio 2 y en el primer ejemplo, de un cable de noticias de Télam.

Otro de los errores que suelen ser cometidos por los periodistas digitales es ignorar que los elementos del periodismo tradicional no pueden ser trasladados exactamente al digital. Muchas veces se agregan elementos multimedia a la noticia sin tener en cuenta que el video y el audio dicen lo mismo que el texto, generando repetición de información indeseada para el usuario, haciéndole sentir que está perdiendo su tiempo. De todos modos, los medios digitales suelen agregar la información en forma de texto debido a que muchas veces los videos o audios no pueden ser reproducidos por el usuario en determinados soportes, tales como el teléfono móvil o las tabletas; o se encuentran en algún espacio en el cual no poseen parlantes para escuchar los sonidos, como suele ocurrir en las computadoras de los lugares de trabajo de muchas personas.

Entonces, para el usuario que sí tiene acceso a esos videos y elige verlos, el texto explicativo de lo que ocurre en las imágenes resulta repetitivo. Como se puede ver en el ejemplo 1, los videos son descriptos previo a su posteo. En este caso, el primer video trata sobre vecinos que hacen justicia por mano propia durante los saqueos de diciembre de 2013 en Córdoba y esto está explicitado antes del mismo. Igual cosa ocurre con los otros dos videos, donde se describe la acción de los saqueadores, lo que dicen las personas que están filmando y se describe lo que pasa en el último, cómo un supermercado quedó destrozado por el paso de los delincuentes.

En el ejemplo número 2, también se lleva a cabo la explicitación de lo que ocurre en el video, y hasta se coloca la frase: "Tal como se desprende de las imágenes", lo que afirma esta innecesaria práctica que deriva en la repetición de información.



Ejemplo 1



Ejemplo 2

Resumen

- En Rosario3.com los cronistas redactan las noticias de acuerdo a un modelo de titulación impreso en la mayoría de los casos, compuesto del título más la bajada. No utilizan la volanta. Esto a veces puede causar repetición de información.
- Sin embargo, como no hay un criterio unificado y depende de quién redacte la nota, a veces el modelo de titulación cambia y la bajada se redacta en forma de continuación del titular, creando una hibridación entre ambos criterios.

Jerarquización de la información en Rosario3.com

La jerarquización de la información en el periodismo digital se basa en la tarea de aprender a ordenar la información de manera tal que los datos que tengan mayor relevancia estén colocados primero, ya sea en la página de inicio de los portales periodísticos o dentro de alguna noticia determinada. El periodista debe darle prioridad a la información más importante siempre, tratando de que la misma sea visualizada fácil y rápidamente por el lector, captando así su atención y logrando que permanezca en el sitio. Una buena estructuración de los textos implica tener siempre como objetivo las metas y el comportamiento del usuario.

Debido al exceso de información que existe en Internet, el verdadero desafío del periodismo digital se encuentra en saber distinguir lo relevante de lo insignificante. Este trabajo estará centrado en la gestión de la información, es decir, en el análisis y en la jerarquización de la misma. El gran río de contenidos que existe en Internet debe ser canalizado de alguna manera. Allí radica la importante labor del periodista digital, en cuanto a la estructuración y priorización de los contenidos.

Evidentemente, para que la tarea de jerarquización de la información sea realizada de la mejor manera posible, deben tenerse en cuenta principalmente las necesidades del usuario. El denominado *gurú de la usabilidad*, Jakob Nielsen, llevó a cabo varios estudios bajo el nombre de *EyeTrack* que dan sugerencias sobre cómo deben estructurarse los textos en los sitios web para lograr este objetivo primordial. El primer estudio *EyeTrack*, que significa "seguimiento del ojo" en inglés, fue realizado en el año 2000 conjuntamente con el Grupo Poynter y la Universidad de Stanford. A través de una cámara que rastrea los movimientos de los ojos de los participantes, se pudieron determinar varias pautas que los creadores de sitios web periodísticos deben utilizar como una ayuda al momento de estructurar y jerarquizar los datos. Estos puntos serán analizados a continuación para poder determinar si los mismos son tenidos en cuenta al momento de organizar las noticias en la *home page* del portal Rosario3.com.

- El punto de entrada a la página es el texto: Lo primero que atrae la atención en un sitio web de noticias es el texto. A diferencia de un periódico impreso, donde lo primero que llama la atención del ojo es la fotografía, en la web la vista recae primero en la parte superior izquierda de la pantalla donde normalmente se coloca la historia dominante. El estudio comprobó que los titulares más importantes son los primeros que llaman la atención del usuario. Guillermo Franco (2009, p. 30) explica:

¿A dónde van los ojos después de arrancar la página de inicio de un sitio online de noticias? Al texto, con mayor probabilidad. No a las fotos o gráficas, como podría esperarse. En su lugar, las breves y leyendas consiguen más fijaciones primero, en general. Los ojos de los lectores online luego regresan a las fotos y gráficas, algunas veces no hasta que regresen a la primera página después de dar clic sobre un artículo completo", dice el documento oficial del 'EyeTrack' del 2000

En la entrevista realizada a Damián Schwarzstein, él manifiesta que no está de acuerdo con esta enunciación. A través de los datos obtenidos en el *Google Analytics* de

Rosario3.com, concluyen que los usuarios le otorgan un lugar muy importante a las imágenes:

Yo no estoy tan de acuerdo con esta afirmación (de los autores), no creo que solamente el texto atraiga, que un buen título sea lo más importante. Si bien un título *gancho* siempre funciona, una buena foto y una buena galería de fotos funcionan muy bien.

Rosario3.com utiliza ampliamente el recurso de las fotografías. En la *home page*, se puede observar que una gran parte de las noticias están acompañadas de fotos, especialmente las que están ubicadas en el sector izquierdo de la pantalla. Esto es así, debido a que los usuarios tienen una marcada tendencia a posar su visión a la izquierda en primer lugar, punto que fue probado por el estudio *Eyetrack*. Es evidente que desde el sector editorial en Rosario3.com se le da una importancia superlativa a la fotografía, ya que, como explicaba Schwarzstein previamente, comprueban a través del análisis en Google que las galerías de imágenes tienen un buen desempeño en cantidad de clics.

Estas fotografías provienen en su mayoría de archivos. Rosario3.com no posee un departamento de fotografía conformado como tal, debido a que la empresa Grupo Televisión Litoral no tiene medios impresos. Se ha observado que en ciertos casos se utiliza un servicio de fotografía *freelance*: para los hechos que resultan masivos y trascendentes para la sociedad rosarina, suelen contratar a un fotógrafo y hacer una galería de fotos especial. Esto puede verse en la imagen siguiente, donde el especial corresponde a los festejos en la ciudad de Rosario luego de que la selección de fútbol argentina triunfara frente a Bélgica en el Mundial 2014. También suele darse esta contratación *freelance* para actos políticos importantes, por ejemplo.

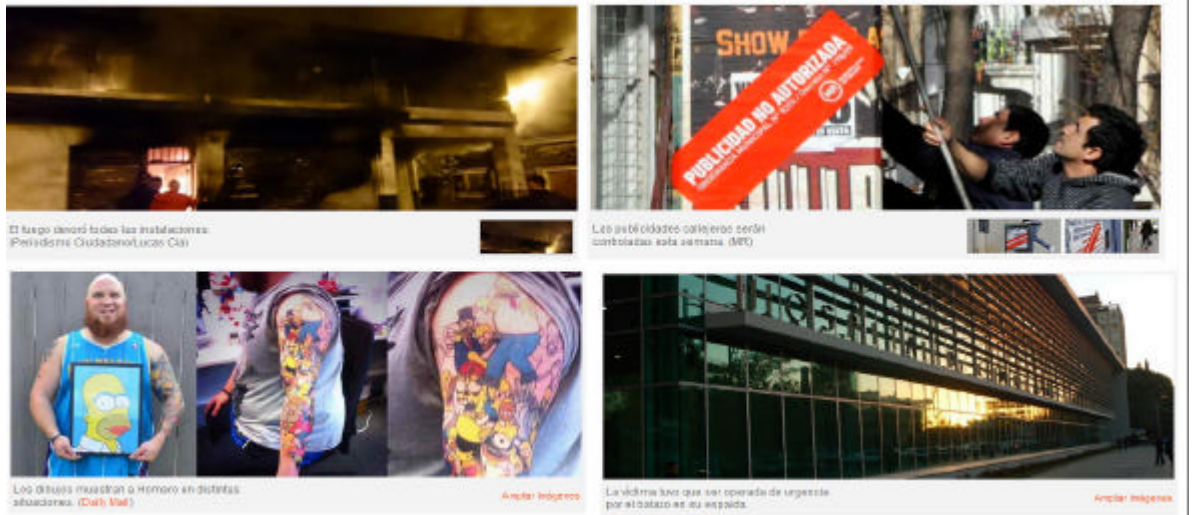


Una multitud festejó en el Monumento. (Alan Monzón / Rosario3)

[Ampliar Imágenes](#)



Las imágenes, entonces, provienen casi en su totalidad de los archivos del multimedia y de las imágenes enviadas por las agencias de noticias, los partes o cables de prensa, las fotos que obtienen de otros medios, de organizaciones, de instituciones, de usuarios que envían imágenes como parte de la sección de periodismo ciudadano, de redes sociales y de Internet en general. En todos los casos se explica en el epígrafe de la imagen quién es el autor de la misma o de dónde fue obtenida.



En la imagen se observan algunos ejemplos de las fotografías utilizadas por el portal Rosario3.com dentro de las noticias publicadas. En todos los casos, éstas son de archivo: la imagen de arriba a la izquierda pertenece a un usuario que la envió dentro de la sección Periodismo Ciudadano, cuyo nombre está citado en el epígrafe. Allí mismo, a la derecha, también se observa que hay otra fotografía diferente a la utilizada en la noticia: estas dos conforman una galería de imágenes que el usuario puede observar al hacer clic en cualquiera de las dos fotografías. Arriba a la derecha, hay otro ejemplo de una galería de imágenes, ésta vez compuesta de tres fotografías en total. El criterio para la creación de las galerías reside principalmente en la disponibilidad de las imágenes: si el cronista está tratando un tema y posee varios recursos fotográficos, serán publicados en la noticia. De otro modo, se ilustrará el texto con una imagen proveniente del archivo. Este criterio se comprueba con el caso de las noticias policiales: en prácticamente ninguna de las noticias que tratan sobre asesinatos o hechos delictivos se utiliza una fotografía de ningún tipo, ya que no existe un fotógrafo que trabaje fijo en el medio para que cubra el hecho al momento.

07:44 | lunes, 21 de julio de 2014

 Tweet  Me gusta  Compartir  0  g+1  0

[Noticias](#) | [Policiales](#)

AAA

Fue a ayudar a otro taxista y lo asaltaron

El conductor acudió al llamado de un colega que tenía un problema con el auto en barrio Acindar y cuando llegó, tres jóvenes armados le robaron la billetera. El trío quedó detenido

Un taxista acudió este domingo al llamado de un colega que tenía un problema con el auto en barrio Acindar y cuando llegó tres jóvenes le robaron la billetera a punta de pistola. El trío quedó detenido en la comisaría 18ª, uno de ellos era menor de edad.

08:45 | martes, 22 de julio de 2014

 Tweet  Me gusta  Compartir  10  g+1  0

[Noticias](#) | [Policiales](#)

AAA

Ametralladora y revólver en casa de un adolescente

La policía encontró el arma de repetición en la vivienda de un joven de 16 años que echó a correr apenas vio a los uniformados que patrullaban Villa Gobernador Gálvez. También encontraron un chaleco antibalas

La policía encontró una ametralladora, un revólver y un chaleco antibalas en la casa de un joven de 16 años que echó a correr apenas vio a los uniformados que patrullaban Villa Gobernador Gálvez.

Dos noticias policiales que no poseen imagen

Titulación

En relación a la titulación, el estudio *Eyetrack* determinó que las personas exploran el lado izquierdo de una lista de titulares. Cuando se presenta una lista de titulares o enlaces, la gente escanea por el lado izquierdo, mirando el primer par de palabras, para encontrar algo en lo que esté interesado. No leen necesariamente cada línea de principio a fin. Por esto, la primera parte de los títulos debería contener las palabras más interesantes y provocadoras. La implicación es la misma que antes, cargar los titulares de palabras que llamen la atención. Además, las personas ponen más atención al primer tercio del título, por lo tanto los enunciados largos deberían descartarse.

Al usuario le toma menos de un segundo decidirse si seguirá leyendo o no, por lo tanto, la correcta titulación es un punto muy importante a tener en cuenta,

priorizando para ello las oraciones informativas que van al grano al instante en vez de los títulos metafóricos.

En Rosario3.com, el proceso de titulación es llevado a cabo por los redactores que crean la noticia, es decir, que no existe un control estricto sobre lo que titula cada uno. Sin embargo, Sabrina Ferrarese aclara que siempre se tiene en cuenta que los títulos que llaman la atención son los que generan más clics, aunque agrega que se trata de no caer en la desinformación, o en ese tipo de títulos que Nielsen denomina

The image displays two screenshots of the Rosario3.com website. The top screenshot is dated Monday, December 2, 2013, at 12:32 Hs. It features three news articles: 'La nueva tarifa de colectivo quedó trabada en el Concejo' (11:17), 'Agua que has de pagar: Assa intimó a 21 mil usuarios' (12:18), and 'Tashirojima, la curiosa isla tomada por los gatos' (11:54). The bottom screenshot is dated Wednesday, December 4, 2013, at 17:24 Hs. It features three news articles: 'La apuesta del oficialismo para destrabar la suba del boleto' (18:45), 'Juraron los diputados que asumirán el 10 de diciembre' (10:33), and 'Santa Fe apuró anuncios salariales para la policía' (15:11). Each article includes a small image, a title, a timestamp, and a brief summary.

Titulares usuales de Rosario3.com

metafóricos.

De esta manera, se pudo observar que si bien en la mayoría de los casos, se utilizan y se prefieren editorialmente los títulos informativos y concisos, a veces se suele recurrir al uso de metáforas, el ejemplo en este caso es el titular "Agua que has de pagar: Assa intimó a 21 mil usuarios". El resto de los titulares se clasifica como informativo, con

tendencia a despertar la curiosidad y la atención en los usuarios. *“La nueva tarifa de colectivo quedó trabada en el Concejo”, “Juraron los diputados que asumirán el 10 de diciembre”* y *“Santa Fe apuró anuncios salariales para la policía”* resultan titulares simples y concisos, que refieren a los datos principales sobre los que trata la noticia y no son para nada metafóricos. *“La apuesta del oficialismo para destrabar la suba del boleto”* y *“Tashirojima, la curiosa isla tomada por los gatos”*, son títulos que apuestan a la curiosidad del lector. En estos casos el criterio es el de llamar la atención del usuario, que en la noticia del boleto de colectivo, no tiene otra opción que leer la bajada o la noticia entera para saber qué ocurrió; y en la de la isla tomada por gatos, la utilización de la palabra *curiosa* genera un poco más de intriga de la que ya podía tener el usuario, debido a la temática de la misma.

Esto demuestra que el criterio de titulación en Rosario3.com es un híbrido entre informativo y metafórico, y depende siempre de quién sea el cronista que escriba la noticia. Puede ocurrir que en algunos casos exista una sugerencia desde el editor sobre la utilización de ciertas palabras en detrimento de otras, siempre teniendo en cuenta que la línea editorial del sitio prefiere la titulación coloquial aunque sin perder la informatividad cuando es necesario. Sabrina Ferrarese explica:

Siempre se trata de llamar la atención en la titulación. Hay pocas notas que no tienen trabajo en la titulación. El título es casi lo más importante, porque yo creo que el periodismo y la empresa en Internet es como se desnudan de una manera más contundente. Los títulos venden, venden diarios y venden prendido y apagado. En Internet generás un título importante y llamativo y la gente ingresa.

Schwarzstein, por su parte, aclara que siempre tratan titular de forma divertida y coloquial, cuando la temática de la noticia lo merece. En los demás casos, la titulación es casi siempre concisa e informativa. Su extensión depende tanto del criterio del redactor, como del espacio que permite el sistema de gestión de contenidos, lo que fomenta los títulos cortos, ya que éste no supera los 50 caracteres por línea, y no se permiten más de dos líneas.

En la imagen se puede observar un ejemplo de la titulación que utiliza criterios de espectacularidad con el objetivo de generar más clics. En la mayoría de los casos este criterio se utiliza para noticias del mundo del espectáculo o noticias bizarras e inverosímiles. El título refiere a una imagen en ropa interior que la actriz Eugenia “China” Suárez subió a su página de Twitter, y la utilización de la palabra *hot* en el mismo es un indicador del criterio de espectacularidad que se quiere lograr.

T: 24° ST: 24 H: 40%

INGRESAR | REGISTRARSE *Clasificados* Comunidad **FM 97.3 VIDA** **PLAS** **RADIO** f t

rosario3.com
Miércoles 08 de enero de 2014 10:25 Hs.

ULTIMO MOMENTO · NOTICIAS · DEPORTES · **OCHO** · OPINION · COMUNIDAD · EDUCACION · SALUD · VIDEOS ·

10:17 | miércoles, 08 de enero de 2014 [Tweet](#)

Dejo | Noticias Dejo

Foto hot de la China Suárez causa revuelo

La actriz le puso el cuerpo a la publicidad de un spa y, para mostrar los resultados, se sacó la ropa. Un grupo de fans la subió a Twitter y ella compartió



A la modelo y actriz, la separación de Cabre "le sienta bien". [Ampliar imágenes](#)

Pack Básico

- ▶ Bonfatti dijo que hubo orden judicial para desbloquear la Mac de Medina
- ▶ Corte programado en el noroeste y múltiples interrupciones en la ciudad
- ▶ Cristina volvió a la Casa Rosada tras un descanso en el sur
- ▶ Inventan un gel que saca el hambre
- ▶ Chóferes intrurbanos reclaman el pago de aguinaldos

Noticias más leídas

- 1 Cesó el alerta meteorológica y volvería el calor
- 2 Publicidad genial: las buenas ideas de 2013
- 3 Lista de viajeros a Mardel, ausentes y debutantes en la pretemporada leonesa
- 4 Corte programado en el noroeste y múltiples interrupciones en la ciudad

Ejemplo de titulación que llama la atención al lector

Guillermo Franco (2009, p. 92 a 104) propone un apartado en donde define criterios subjetivos para el armado de los titulares en los portales de noticias. Franco dice:

Haga que las dos primeras palabras o el primer tercio del título (o la primera frase del 'lead' diferenciada tipográficamente, según el modelo alternativo de titulación) sean portadoras de información. Este principio es extensivo a los comienzos de párrafos, intertítulos que separan bloques temáticos (que se convierten en título si son enviados a páginas diferentes), ítems dentro de una enumeración, pie de fotos, sumarios y enlaces de hipertexto.

Esta idea permite jerarquizar la información en las oraciones de manera tal que los datos relevantes queden siempre a la izquierda de la misma, permitiendo una mejor *escaneabilidad* para el usuario. Franco propone reorganizar los títulos para ubicar al principio de los mismos las palabras portadoras de información importante, es decir, las palabras con *gancho*.

Otra de las ideas que especifica Guillermo Franco para lograr una correcta estructuración de los titulares es la utilización de la voz pasiva. Gili Gaya dice que "la pasiva puede ser considerada en español como una frase verbal que modifica el concepto de la acción. La relación lógica entre sujeto y complemento no se modifica porque la oración con que se exprese sea activa o pasiva". Alex Grijelmo, citado por Franco (p. 95) explica que la voz pasiva puede sonar extraña si no tiene una justificación concreta. Pero para el periodista resulta esencial si se desconoce el sujeto u objeto de la información o si éste es muy obvio. Nuevamente, Franco explica que este recurso es importante para recargar a mano izquierda de información relevante los titulares, para permitir una mejor escaneabilidad al usuario, y para mejorar la efectividad de los motores de búsqueda.

El uso de los dos puntos en la titulación es también una pauta que aconseja Guillermo Franco (2009, p.97). Según la Real Academia Española,

Los dos puntos preceden las citas textuales.

Los dos puntos (:) detienen el discurso para llamar la atención sobre lo que sigue.

Se emplean los dos puntos para conectar oraciones o proposiciones relacionadas entre sí sin necesidad de utilizar otro nexos.

Cualquiera sea su uso dentro de estas opciones resulta válido. En el periodismo, los dos puntos suelen ser utilizados para ahorrar espacio en las publicaciones y su objetivo generalmente es el de presentar la temática de la noticia o el de poner el nombre de una persona reconocida y luego de los dos puntos escribir una declaración que haya realizado.

Finalmente, otra de las recomendaciones de Franco (2009, p.101) tiene que ver con lo que no debe hacerse en cuanto a la titulación. Esto es, la utilización de los artículos, que suelen resultar prescindibles, y de expresiones de enlace tales como:

Además, a saber, ahora bien, al menos, al parecer, a pesar de eso, así, así pues, así y todo, ciertamente, con todo, cuando más, de hecho, de todas formas, de momento, después de todo, dicho esto, en cambio, en consecuencia, en efecto, en una palabra, en fin, en principio, en realidad, es decir, es más, esto es, finalmente, hasta cierto punto, más aún, mejor dicho, o bien, o sea, por consiguiente, por lo tanto, por ejemplo, por otro lado, por último, pues bien, vale decir, verbigracia, aunque, pero, sin embargo, no obstante”.

En general, el modelo dominante en la titulación en Rosario3.com es la simpleza y la concisión. Se apunta a títulos cortos e informativos. Como ya se ha explicado, existe una hibridación en el criterio utilizado para titular. Al depender este trabajo de cada uno de los cronistas involucrados, las diferencias en el criterio pueden existir, aunque en la mayoría de los casos la informatividad predomina en las noticias que se podrían denominar como *serias* (policiales, ciudad y región, política, internacionales). Existe un criterio diferente para las noticias de espectáculos, ocio y las de la sección *¿En serio?*, ya que debido a su temática, la espectacularidad y el intento de llamar la atención del usuario son los objetivos a seguir. Los cronistas entrevistados admiten que en Rosario3.com existe un fuerte contenido de noticias de infoentretenimiento, cuestión que les genera mayor tráfico en el sitio.

A partir de la siguiente imagen que recopila diferentes títulos del portal Rosario3.com, se intentarán aplicar las pautas brindadas por Guillermo Franco para poder determinar si la titulación realizada por el portal Rosario3.com cumple con estas características. A modo de generalización, se puede decir que la mayoría de los títulos de la imagen son objetivos, salvo el número 1 y el 7 que recurren a las metáforas. Ambos son parodias de frases hechas, siendo el primero una derivación de *“Donde hubo fuego, cenizas quedan”* y el séptimo una típica frase que aparece en los negocios con cámaras de filmación.

1	Donde hubo un bunker, viviendas para el Procrear	5	Todo listo: Tinelli vuelve a El Tres tras casi 500 días
2	Denuncian tala masiva de árboles en la costa central	6	El rubro 59 ya no existe en la mayoría de los diarios
3	Cayó un avión en Córdoba y sobrevivieron todos los pasajeros	7	Funes: sonrían niños, los estamos filmando
4	Secuestraron 47 vehículos por alcoholemia y sancionaron 10 locales nocturnos	8	Murió una adolescente que había sido golpeada por tres compañeras

La mayoría de los titulares recogidos en este ejemplo están en tiempo pasado (excepto el número 2 y el 5) y esto también puede observarse en la cotidianeidad del sitio. De acuerdo a las pautas brindadas por Guillermo Franco relacionadas con la colocación de las palabras más importantes o *gancheras* en el primer tercio de los titulares, se pueden hacer cambios en algunos de estos titulares para lograr un mayor impacto, detallados a continuación y remarcados en negrita los datos más importantes:

- **Tala masiva** de árboles denunciada en la costa central: se coloca primero el objeto de la oración y se convierte a voz pasiva para dar más énfasis en la tala masiva.
- **47 vehículos secuestrados** por alcoholemia: nuevamente se convierte la oración a voz pasiva para darle más importancia a la cantidad de autos secuestrados, privilegiando el impacto.
- **Vuelve Tinelli** al Tres tras 500 días: se evitaría el "Todo listo", haciendo más corta la oración, y enfatizando en la vuelta de Marcelo Tinelli al canal.
- **Rubro 59: desaparecido** en la mayoría de los diarios: Utilización de los dos puntos para definir la temática que trata la noticia.
- **Filman a niños** en plazas de Funes: aquí se elimina la metáfora, innecesaria en una noticia de temática un poco delicada, y se agrega un dato que estaba presente en la bajada de la noticia.

Se pudo observar que, si bien pueden ser realizados algunos cambios en la titulación del portal Rosario3.com, a *grosso modo* se cumplen las pautas que Guillermo Franco propone, ya que:

- Privilegian los títulos cortos: se desprendió de la observación del portal que estos poseen en promedio entre 8 y 9 palabras, son concisos, coherentes y van al grano en muchos de los casos. Un título corto también significa una consideración al consumo de noticias a través de prácticas actuales, tales como la lectura en teléfonos móviles y en el sistema RSS.
- Utilización de los dos puntos: este recurso es ampliamente utilizado en Rosario3.com. En la cotidianeidad del sitio, se observa que es aplicado en los títulos para presentar una temática o para poner alguna frase ganchera que anteceda a la noticia en sí. Ejemplos: "Tragedia del Parque: el dolor por los

dichos del encargado del juego”, “Barro seguro: Vicky Xipolitakis y Lavezzi, a juicio”, “Chau pucho: 2 millones de paquetes destruidos”.

- Cargar las oraciones de datos importantes a la izquierda: Si bien no es algo que se realiza conscientemente, se pudo observar que en algunos de los títulos esto se cumplía. Ciertos cambios pueden ser efectuados para lograr el cumplimiento de esta pauta, como se demostró más arriba, aunque no resultan cambios demasiado importantes.
- Uso de la voz pasiva: No es un recurso muy difundido en Rosario3.com. En casi todos los casos, el sujeto de la oración va primero. Como se mostró en el ejemplo más arriba, a veces este recurso resulta necesario para resaltar el dato más importante, aunque debe usarse siempre que la oración no suene innatural.
- No se utilizan artículos ni las expresiones de enlace que prohíbe Franco para comenzar los títulos.

Disposición de las noticias en la *homepage*

Las investigaciones de Nielsen determinan que la navegación en la parte superior de la página funciona mejor. Esto es interesante desde el punto de vista del diseño, ya que muchos sitios utilizan ahora navegación lateral. Sin embargo, el estudio también muestra que la navegación lateral puede funcionar bien. El punto es que cualquier cosa que se coloque en la parte superior de una página se verá inmediatamente, entonces, la navegación superior es probablemente mucho más simple de usar. Esta cuestión está bien desarrollada en el sitio Rosario3.com, ya que lo primero que se observa al ingresar al mismo es la sección que se denomina *Superior 1*, según el término que se le otorga en su sistema de gestión de contenidos. Ubicada en el extremo superior izquierdo de la página, está la nota principal, generalmente definida por el editor Damián Schwarzstein o por la sub editora Sabrina Ferrarese. Al lado de ésta hay otras dos noticias más que se consideran importantes de destacar de acuerdo al editor. Las mismas están diferenciadas de las otras que se encuentran más abajo, a través de recuadros de diferentes colores (anaranjado, verde y gris), y la fuente está destacada también por su tamaño y color diferente (el color es blanco, mientras que en el resto de las noticias es gris oscuro y anaranjados los títulos).

En la imagen se observan las secciones definidas en cuadros de colores:

- **Amarillo:** Allí se encuentra la sección Superior, donde desde la editorial se definen las noticias que se consideran más importantes de resaltar. Durante los periodos de observación se desprende que las noticias que suelen aparecer en esta sección son generalmente locales, este es el criterio principal que tiene en cuenta la editorial. La *Superior 1* siempre trata temas de la ciudad y la región, como se observa en este caso una noticia policial ("*Secuestros virtuales: todo un edificio víctima de llamados*"). En la *Superior 2*, en este caso, también se cumple el criterio de lo local: "*Derrumbe, milagro y caos en Sarmiento y Mendoza*". Sin embargo, la observación del portal determinó que la noticia que se publica en ese sector no siempre pertenece a ciudad o región. A veces se publican noticias nacionales o internacionales, y para definir esto entra en juego el criterio de la importancia e inmediatez de la noticia, dice Damián Schwarzstein:

Hay un criterio combinado de inmediatez e importancia (para las noticias de la Superior 1). Es decir, Rosario3 no tiene un diario en papel para guiarse, es un medio puramente digital, no sólo jerarquiza según lo último, sino también según lo que considera importante. Son esas dos variables las que están en juego para ver lo que va arriba o no. Después existen otras variables también, como por ejemplo, si tiene foto, si la foto es buena o no, si tiene video o no, ese tipo de cosas. (...) En general la página es bastante dinámica, lo más dinámica posible.

La noticia que se coloca en la zona *Superior* será importante siempre que se tengan en cuenta estos tres niveles: "el de la construcción de la noticia (centrado especialmente en la tarea de los productores, el del discurso periodístico (centrado en el mensaje) y el que cruza la noticia con las expectativas y el valor de los receptores con los imaginarios sociales con la opinión pública, y que son atravesados por el concepto de contrato de lectura" (Stella Martini, 2004, p.6). Es decir que se decide la colocación en la zona *Superior* de noticias que la editorial considera que tendrán un impacto en la sociedad y que darán que hablar, así como también noticias que sean lo más actuales posibles. En la *Superior 3 y 4* la temática de la noticia puede variar. La 3 oscila entre noticias deportivas, como en este caso, o del mundo del espectáculo y de la farándula, así como también noticias bizarras. Es un espacio dedicado al *infotainment*. Esta es una decisión que se tomó desde la editorial considerando que eran noticias que atraían una importante cantidad de clics al sitio. La *Superior 4* es similar a la 2, donde la temática varía dependiendo de las noticias locales y regionales sonantes e importantes en la sociedad que estén ocurriendo en esos momentos. En la mayoría de los casos, las informaciones suelen ser nacionales o internacionales también.

- **Rojo:** Las noticias que se encuentran en esta sección pertenecen a secciones variadas, dentro de las que se han observado policiales, nacionales,

internacionales, locales y de la región. Son noticias sin fotografías adjuntas, para remarcar la diferencia en la jerarquización con la zona de arriba. Cabe resaltar que, como se ve en el ejemplo, a veces hay noticias más actuales que no son colocadas en la zona Superior. Hay dos noticias, una de las 15:05 (*"Entraron a una casa a Arroyito y se llevaron hasta los perfumes"*) y otra de las 16:36 (*"Bonfatti: el puerto de Rosario subió las exportaciones 50% en un año"*), que son más actuales que *"Derrumbe, milagro y caos en Sarmiento y Mendoza"*, de las 13.55. Sin embargo, debido a la temática local y de impacto que tiene la misma, la decisión de la editorial es dejarla en la *Superior*. Aquí se aprecia entonces el criterio combinado de importancia e inmediatez que utiliza el portal.

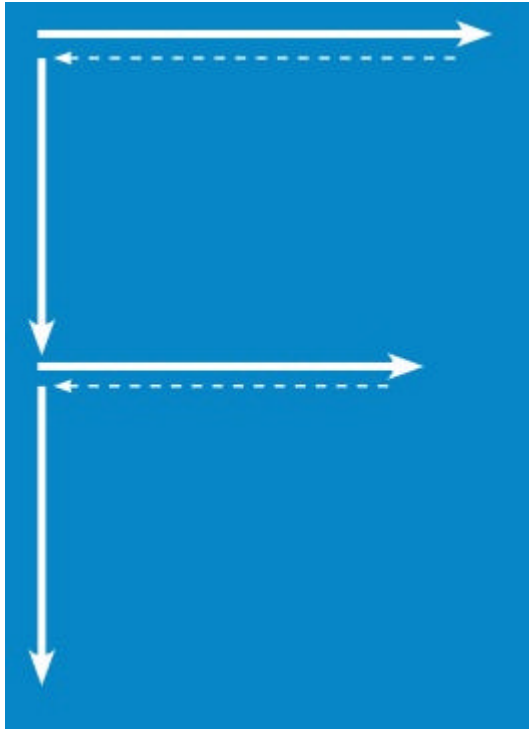
- **Magenta:** En esta zona se ubican los Blogs y las columnas de opinión. Dice Schwarzstein que no es una zona muy buena ya que quedan bastante ocultos en medio de las publicidades, lo cual se ha podido comprobar en la observación: "Están ubicados ahí por el diseño. Están en un sector no muy bueno, la venta de la publicidad los va cambiando de lugar. El sitio está más vendido y esa columna queda un poco más perdida".
- **Verde:** Sección ocupada generalmente por noticias deportivas. Durante las fechas en las que no hay fútbol local, se destina este sector a noticias internacionales o de espectáculos. Las noticias de esta zona son 3, y están en forma de un *slideshow* con fotografías. Es un diseño agradable que rompe con la monotonía del sitio.
- **Celeste:** Aquí se encuentra la sección multimedia del sitio. Se publican todos los videos y las galerías de imágenes de Rosario3.com, además de las infografías especiales. Está ubicado en el centro de la *home page*, y llevado a cabo con un diseño que la hace quedar muy visible para el usuario que está escaneando el sitio. A través de la publicación de los videos, también se publicita a Canal 3, parte del multimedios, ya que todos son informes o reportajes sacados de programas del canal.
- **Violeta:** Aquí hay dos columnas diferenciadas, tanto por el tipo de noticias como por el tamaño y la importancia que se les da a las mismas. La que se encuentra ubicada a la izquierda, está conformada por dos noticias que están relacionadas en la mayoría de los casos con el entretenimiento. Aquí nuevamente se ve la apuesta fuerte del sitio por el *infotainment*: las noticias con foto, que ocupan más espacio y que además están a la izquierda para mejor visualización del usuario, se dedican al mundo del espectáculo. Las de la derecha, en cambio, que tratan temas menos inmediatos, corresponden a las noticias policiales, internacionales, nacionales y locales que han ido siendo *bajadas* a medida que quedaron *viejas*.

- **Rosa:** Esta sección es ocupada por las noticias deportivas. Es una sección fuerte ya que el sitio obtiene mucho tráfico a través de las noticias deportivas, especialmente las relacionadas con los clubes de fútbol rosarinos. La decisión de titular la sección con la palabra *DEPORTES* y de colocar fotos a cada una de las noticias que existen en la misma, genera que sea una zona muy visible para el usuario. Suele haber noticias sobre deportes variados, aunque la mayoría corresponden al fútbol por la importancia social que tiene en nuestro país.
- **Marrón:** Sección de la *homepage* dedicada al ámbito cultural y de espectáculos. Sabrina Ferrarese indica que el criterio es el de lo local y lo masivo, que la inmediatez no tiene tanta importancia en esta sección. Schwarzstein agrega que se intenta llegar a la gente a través de la cultura, para que todos tengan una fuente a partir de la cual se pueda organizar una salida, o elegir una película para ver. La apuesta es nuevamente la información de entretenimiento, cuestión que Rosario3.com tiene fuertemente en cuenta ya que los entrevistados indican que los usuarios buscan noticias para escapar un poco a la realidad.
- **Gris:** la sección está compuesta por una gran cantidad de noticias de diferentes secciones que no son lo suficientemente actuales como para estar más arriba. El criterio es que en la *home page* se puedan encontrar todas las noticias relativamente recientes y que el usuario no tenga que ingresar a las secciones para poder encontrarlas. Aquí dentro también hay una diferenciación en la importancia de las noticias, ya que las primeras ocho poseen fotografía y las demás no, lo que las posiciona como más notorias que las demás.
- **Negro:** la última parte de la *home page* está dedicada a la interactividad con el usuario. Forman parte de esta sección el *Pack Básico*, las *Noticias más leídas* y las fotos que envían los usuarios sobre la temática propuesta por el sitio. A pesar de encontrarse al final de la página principal, los entrevistados aseguran que es una sección muy requerida por los usuarios, especialmente la parte de las imágenes.

Más pautas derivadas del *Eyetrack*

Jakob Nielsen llevó a cabo el *Eyetrack 2006* y descubrió que la vista de los usuarios seguía determinados patrones de lectura cuando visitaban un sitio web.

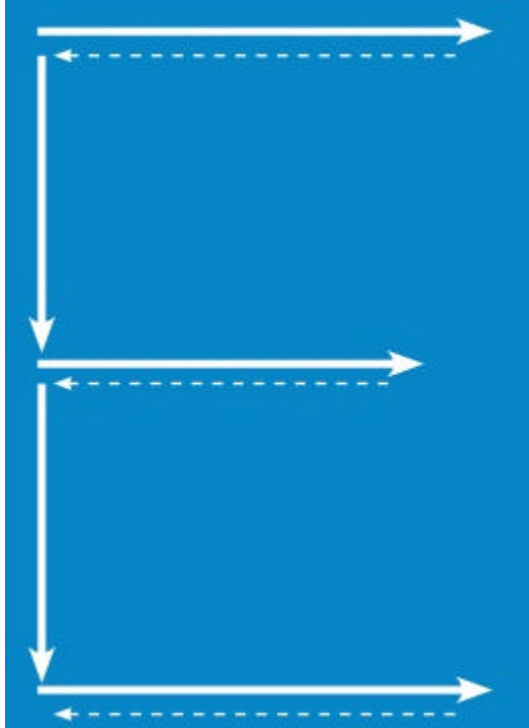
Patrón de lectura en F:¹



Este patrón comienza con un rastreo por la parte superior de la página, primero hacia la derecha y luego hacia la izquierda y sigue hacia abajo por la parte izquierda de la página. Luego hace un recorrido más corto por la mitad de la página ida y vuelta y finalmente baja hasta el final también por el lado izquierdo.

¹ De "Cómo escribir para la Web", Franco Morales G., Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas, 2007, p. 39

Patrón de lectura en E: ²



Hace prácticamente el mismo recorrido que el Patrón en "F", pero le agrega un recorrido más de izquierda a derecha en el fondo de la pantalla

² De "Cómo escribir para la Web", Franco Morales G., 2007, Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas, p.40

Patrón en L invertida³:



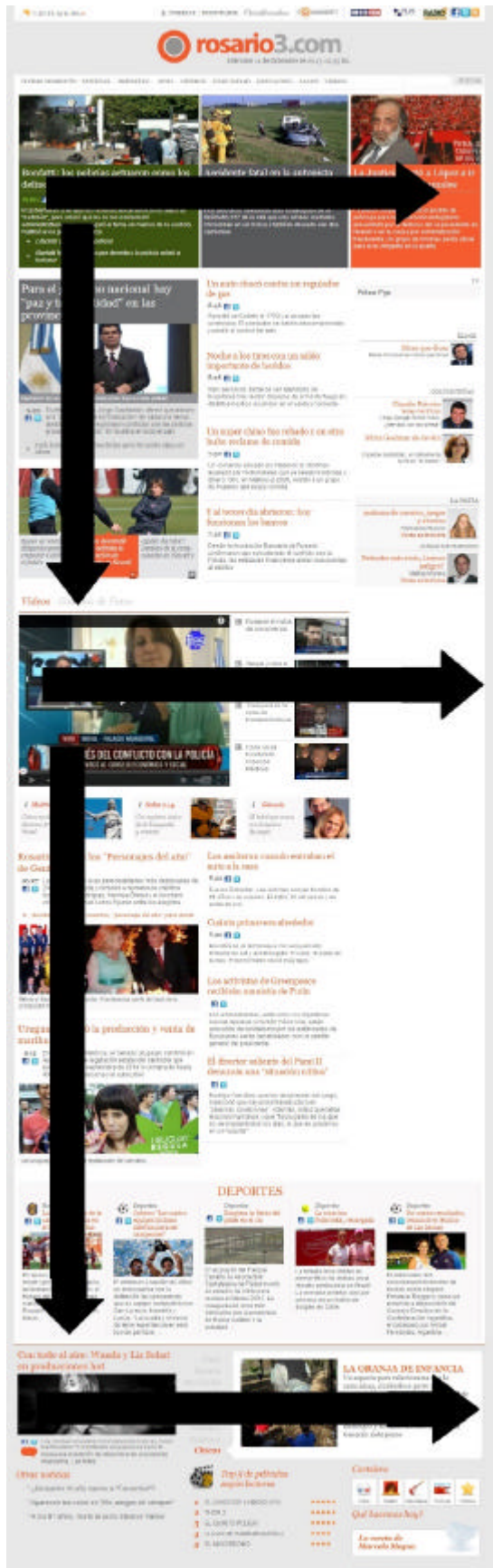
Este patrón es más simple que los demás pero también uno de los más utilizados.

Estos patrones de lectura refuerzan la idea, una vez más, de que los usuarios prestan una mayor atención a la parte superior e izquierda del sitio web, lo que promueve la recomendación de que los periodistas deben ubicar la información más importante en estos sectores.

El *Eye-track* es una investigación para mostrar cómo los usuarios en línea leen las noticias y procesan la información de una página web. Los medios deben tener en cuenta que es una herramienta para ayudar a mejorar la dinámica y la eficacia de sus portales periodísticos a través de la correcta jerarquización de la información. Sin embargo, no se constituye en sí mismo como una solución mágica, ya que para que realmente sea útil debe estar asociada a dos factores fundamentales: la visión estratégica de hacia dónde quiere ir el sitio y la integración de otros elementos como investigaciones de mercado, capacitaciones técnicas y utilización correcta de los recursos.

Se puede observar que en Rosario3.com se utiliza un "patrón en E" para la disposición de las noticias de la *home page*, uno de los patrones de lectura recomendados. El patrón puede apreciarse en la siguiente imagen:

³ De "Cómo escribir para la Web", Franco Morales G., 2007, Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas, p.41.



Patrón en "E"

Robo piraña en el ingreso a Rosario

17.04  

Automovilistas que entraban a la ciudad por la autopista a Buenos Aires fueron sorprendidos por personas armadas que los asaltaron, tras verse obligados a detener la marcha, a causa de obras de pavimentación. Reclamaron presencia policial

Glew: matan a comerciante que resistió un saqueo

12.37  

Ocurrió este miércoles a la madrugada en la localidad del partido bonaerense de Almirante Brown. Ocho personas quisieron entrar a un supermercado y su dueño efectuó disparos para dispersarlos. Como respuesta incendiaron el local y el comerciante murió asfixiado

Noticia + bajada en la homepage

Otro de los descubrimientos del estudio tiene que ver con la utilización de párrafos introductorios a la noticia, mejor conocidos como *bajada*. Un párrafo de introducción es un resumen de contenido que aparece después del título y antes del texto principal. La bajada goza de un gran número de lectores, según la investigación, y aparece después del título y antes del contenido principal. Este sumario de la noticia recibe mucho más atención que ella misma, y si los usuarios no necesitan conocer más datos, pasarán a otra cosa. Además, es utilizada tanto en la home page, debajo de los títulos, como dentro de la noticia. En el caso de Rosario3.com, es utilizada en ambos lugares. Guillermo Franco recomienda que este sumario de información no cuente con repetición de información que canse a los lectores y que provoque que salten a otra noticia, o mucho peor, a otro portal. De todos modos, resulta de suma importancia la colocación de la bajada, ya que será el *enganche* que llevará al usuario hacia la noticia. Franco define dos modelos de titulación (2004, p.70) que definen dos maneras diferentes de crear la bajada. Uno es el *Modelo de titulación impresa*, en el cual los textos impresos, el antetítulo, el título y el sumario o bajada son elementos externos a la pirámide invertida, por lo que muchas veces se genera una repetición de información indeseada al leer la noticia en su conjunto. Nielsen recomienda para ello no usar las mismas palabras iniciales en el título y en el sumario, evitar repetir cualquier palabra del titular en el sumario, excepto para una o dos palabras clave y explica que se tienen 4 palabras para ir al punto, así que deberían usar 4 palabras diferentes. En Rosario3.com, el modelo utilizado es este. Se puede observar en las imágenes que se genera el indeseado efecto de la repetición, donde se repite en la primera noticia 1) el asalto, 2) la ubicación del mismo y 3) la modalidad del robo. En la segunda noticia se observa una repetición en 1) el dónde y 2) la muerte del comerciante. Sin embargo, la repetición está camuflada con la diferente construcción de las oraciones o con la utilización de sinónimos, de acuerdo con lo recomendado por Nielsen.

El segundo modelo de titulación consiste en (Franco, 2004, p. 74):

Diferenciar tipográficamente la primera frase del primer párrafo del texto escrito con la estructura de pirámide invertida, lo que la convierte en lo que gráficamente se identificaría como 'título'. Esta técnica de manejo de textos busca evitar repeticiones. Si el texto está bien escrito, según el principio de la pirámide invertida, la segunda frase nunca repetirá información de la primera; será solo su complemento. En la práctica esto significa la eliminación del antetítulo, el título y el sumario tal como están concebidos.

Longitud de párrafos y pirámide invertida

Saliendo del ámbito de la estructuración de la información en la *homepage*, la longitud de los párrafos en las noticias en sí es una cuestión también relevante para los portales

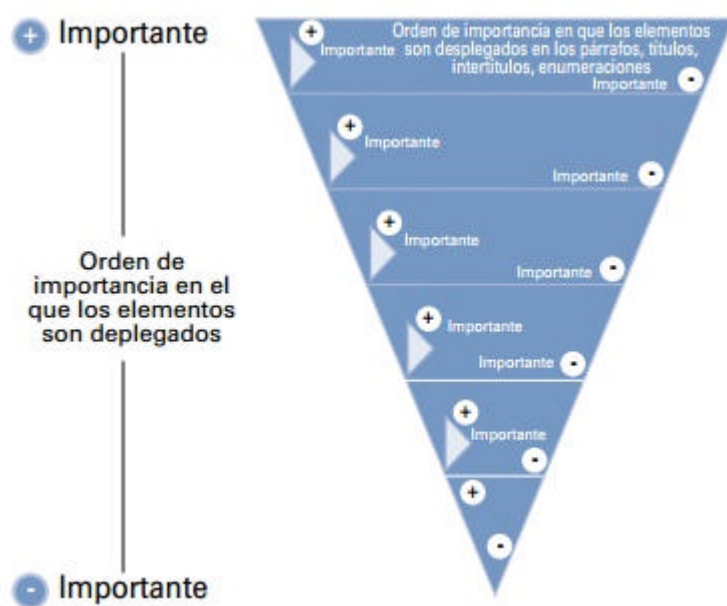
digitales. Los párrafos cortos animan a la lectura. El usuario generalmente se ve desalentado ante grandes bloques de texto y decide no leer, como se descubrió en el estudio *Eyetrack 2000*. A pesar de que hay una tendencia de aumento en la lectura online, siempre es desaconsejable colocar mucha cantidad de texto dentro de una noticia y se recomienda optar por dividir los bloques con subtítulo o con la presencia de archivos multimedia. Pablo Mancini (2011, p.33) explica:

Cualquier periodista que edite un sitio online sabe que las noticias de mayor extensión son las menos leídas y las menos comentadas. También las menos compartidas por mail y en redes sociales. La extensión ya no es sinónimo de profundidad y valor. La reflexión extensa no es ya necesariamente equivalente a contenido de calidad. La brevedad es parte del paradigma de valor percibido por la audiencia.

Rosario3.com evita las noticias demasiado extensas, aunque dice Schwarzstein: "Internet no te limita como el papel, entonces usamos esto para desplegar información (...) Si el documento periodístico es más elaborado, donde se mete análisis y producción propia, se despliega en largo de texto o en ventanas". Ferrarese agrega: "El usuario, cuando hay mucho texto, elige no leerlo. Esta es una situación, lamentable para mí. Sin embargo, tampoco es cierto que la mayoría de los lectores no leen, eso se ha convertido en un slogan".

Existe una variedad en cuanto a la extensión en las noticias en Rosario3.com, y eso depende de cada uno de los redactores. Como existe libertad en cuanto a la composición de las noticias los cronistas deciden estas cuestiones por sí mismos.

Es importante recalcar que también se debe estructurar la información de más a menos importante dentro de la noticia. El principal ejercicio de jerarquización de la información para una noticia es construirla a través de la pirámide invertida, es decir, colocando los datos más importantes al principio de la noticia y lo menos importante al final. A esta simple tarea, que ya resulta cotidiana para los periodistas, Guillermo Franco propone sumarle otra reformulación, que permita que toda la información de mayor relevancia quede en el lado izquierdo de la página web (el lado más visualizado según las investigaciones de Nielsen). Franco llama a esta nueva estructura “pirámide invertida horizontal”. Con ella, se logra que las primeras palabras o el primer tercio de la oración sean portadoras de información importante. También recomienda hacer esto para los comienzos de párrafos, para los intertítulos que separan bloques temáticos, ítems en una enumeración, pie de fotos y sumarios (Franco, 2007, p. 89)⁴.



Hay que reconocer que este concepto puede sonar estrambótico, pero solo busca enfatizar la importancia de recargar a mano izquierda los elementos más portadores de información, lo que significa, también, un ejercicio de jerarquización, a escala menor comparado con el realizado en la pirámide invertida vertical, expuesta en el capítulo anterior. Hacer esto mejora la ‘escaneabilidad’ (facilidad de búsqueda visual de los contenidos relevantes en un texto).

Desde Rosario3.com explican que en general se utiliza una pirámide invertida tradicional. Sabrina Ferrarese explica:

Hay todavía una mixtura muy importante entre la gráfica y el periodismo digital, que a veces, en mi opinión, atrasa al periodismo digital. La mayoría de los que trabajamos fuimos formados en periodismo gráfico y eso lo llevamos al digital. La pirámide invertida yo la llevo al periodismo digital porque fui formada de esa manera y porque

⁴ De “Cómo escribir para la Web”, Franco Morales G., 2007, Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas, p. 89

creo que es una buena manera de informar y de que el texto sea lo más claro posible. Se coloca un título, una bajada y un primer párrafo que van desde la mayor a la menor importancia de la información

Schwarzstein agrega que a veces se dejan algunos huecos dentro de la estructura de la pirámide invertida y de las 5W, para lograr que los usuarios se enganchen y sigan leyendo la noticia. Es evidente en la observación que no se utiliza esta recomendación de Franco para la estructuración de la noticia, principalmente por la cuestión ya abordada de que los cronistas trabajan sin un dogma establecido. Esta debilidad puede apreciarse por ejemplo en esta imagen, donde el texto podría mejorarse de la siguiente manera para lograr la pirámide invertida horizontal.

Ciencia y Tecnología

AAA

El espejo inteligente que saca "selfies" automáticamente

En su interior contiene una cámara de fotos y una computadora con un software que permite el reconocimiento facial. Cuando el usuario sonríe, toma la imagen y la envía al instante al celular. Mirá cómo funciona



Mirar y sonreír. Así funciona el espejo inteligente.

[Ampliar Imágenes](#)

Ahora sacarse fotos delante del espejo -la moda de chicos y adolescentes- puede resultar más fácil de lo que se pensaba. Un espejo inteligente que tiene incorporado una cámara de fotos y una computadora con reconocimiento facial, permite lograr fotos al instante.

El curioso proyecto tecnológico se llama "Self Enhancing Live Feed Image Engine" (nombre en inglés que origina la sigla SELFIE) y consiste en un espejo donde en su interior tiene una cámara de fotos, una computadora y un software que permite realizar reconocimiento facial.

Cuando un usuario se acerca a una distancia determinada y sonríe, la cámara se activa y toma la fotografía. Pero eso no es todo. En pocos segundos, la imagen es enviada al celular del usuario que posó delante del espejo.

Si bien es un prototipo que ya tiene algunos meses, sus creadores no ven con malos ojos que pueda en un futuro comercializarse en forma masiva.

Espejo inteligente que saca selfies automáticas

Tiene un software con reconocimiento facial que saca la foto cuando el usuario sonríe, para luego enviarla al teléfono celular.

El proyecto se denomina “Self Enhancing Live Feed Image Engine (SELFIE)” y es un prototipo cuyos creadores intentan lanzar al mercado.

Resumen

- De acuerdo a los estudios del *Eyetrack*, las noticias más importantes y actualizadas se ubican en la parte superior del sitio Rosario3.com.
- Los titulares suelen ser cortos, concisos e informativos, aunque cuando la temática de la noticia está dentro de la sección *Ocio* o *¿En serio?*, suelen ser metafóricos con recurso a la espectacularidad para atraer clics. Además, los datos más importantes son colocados generalmente a la izquierda especialmente a través de la utilización del recurso de los dos puntos.
- La *homepage* está jerarquizada de acuerdo al estudio *Eyetrack*, en forma de E. La ubicación de las noticias y el diseño de la portada resultan atractivos para el usuario.
- Las noticias suelen ser cortas, aunque esto depende de quien la haya redactado.

Armado de la arquitectura de la información noticiosa en el portal Rosario3.com

Usabilidad del sitio en Rosario3.com

Jakob Nielsen, autor del libro "Homepage Usability" y fundador del Nielsen Norman Group, definió a la usabilidad en la informática como "un atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web" (2012) y explicó que es importante porque:

La usabilidad es una condición necesaria para la supervivencia. Si un sitio web es difícil de usar, la gente lo abandona. Si la página de inicio falla para establecer lo que una compañía ofrece y lo que los usuarios pueden hacer en el sitio, lo abandonan. Si los usuarios se pierden en un sitio web, lo abandonan. Si la información de este sitio web es difícil de leer o no responde las preguntas clave de los usuarios, lo abandonan.

Christine Perfetti (2005), especialista en factores humanos y técnicas de investigación de usuarios, presentó a la usabilidad de manera cuantificable a través del test de usabilidad de los 5 segundos. En www.fivesecondtest.com, cualquier persona puede subir un *screenshot* de su sitio web y determinar qué preguntas quieren que sean respondidas por los *testers*. A partir de este momento, ellos tienen solamente 5 segundos para mirar la imagen y luego responder a las preguntas armadas por el usuario. En este cuestionario, comentarán cuáles son los elementos de esa *homepage* que más recuerdan.

Los usuarios hacen juicios importantes en los primeros momentos en que visitan una página. Limitando el tiempo de visión a 5 segundos, se obtiene una visión valiosa de lo que ocurre durante los primeros momentos en los cuales un usuario ve una página. Cuando le damos a los usuarios más de 5 segundos para el estudio de la misma, encontramos que empiezan a buscar más como un diseñador, notando detalles que normalmente no ven o malinterpretan.

Juan Carlos Camus, autor del libro *Tienes 5 segundos*, por su lado, explica que el usuario se toma tres veces cinco segundos para determinar si se queda o se va de un sitio. Los primeros cinco los utiliza para escribir la dirección que intenta visitar o seguir un enlace de otra página web esperando una reacción del mismo. Durante los segundos cinco, el usuario ya desea estar leyendo los titulares o el contenido del sitio. Y, en los últimos cinco, toma una acción concreta: o ya decidió leer algo determinado o abandona la página web. Esto va de la mano con las ideas de Steve Krug (2005, p.11), quien manifiesta que la primera regla para la usabilidad es "No me hagan pensar":

Se trata del principio fundamental, el voto de calidad primordial a la hora de decidir si algo en el diseño web funciona o no. Si sólo tiene capacidad en su mente para una única norma de usabilidad, quédese con ella. (...) Cuando se mire una página web ésta ha de ser obvia, evidente, clara y fácil de entender.

Presentada de esta manera, la usabilidad puede analizarse de manera cuantificable a través de los sitios que brindan información sobre el tráfico. Damián Schwarzstein

explica que, a pesar de que no pueden develar información exacta al público sobre esto, los usuarios permanecen en Rosario3.com más de cinco segundos: el promedio es de cuatro páginas por visita, lo que significan varios minutos de lectura. Esto indica que las necesidades básicas del usuario en cuanto a usabilidad del sitio están satisfechas, ya que cualquier persona que ingrese a Rosario3.com será capaz de encontrar una noticia, hacer clic en la misma y leerla de manera fácil y rápida. No resulta complicado para el lector, por más novato que pueda ser en cuanto al manejo de Internet. Los entrevistadores aseguran que la página es muy nítida e intuitiva para quien ingresa por primera vez y que el usuario es capaz de encontrar todas las secciones más importantes fácilmente.

En general, entonces, se puede decir que la home page de Rosario3.com cumple con el principio general que propone Steve Krug de "No me hagan pensar". Debido a que el usuario *escanea* u *hojea* los sitios hasta encontrar con la información que desea y no hace una búsqueda minuciosa, es importante que todo esté ordenado de manera que se entienda qué es lo más importante a través de una jerarquía visual clara, palabras concisas y coherentes, y señales adecuadas para que se tenga una experiencia de navegación satisfactoria. Esto es visible en la *home page* del sitio, ya que apenas se ingresa, lo primero que se observa son las noticias más importantes y actualizadas, diferenciadas de las demás a través de recuadros de distintos colores y fuentes más grandes. El diseño del sitio también es coherente, utilizando la misma gama de colores en todas sus páginas, y el mismo tipo y color de fuente. Se puede decir también que su estructura es coherente con el diseño que se utiliza para los diarios digitales en general, por lo que el usuario no se va a encontrar con nada que no conozca, lo que creará una experiencia intuitiva. Además, si se desea buscar una noticia en particular sabrá que para hacerlo deberá ir hasta las diferentes secciones del sitio o directamente al buscador, los cuales están correctamente señalizados. Esto puede observarse en la imagen más adelante.

João Canavilhas (2007, p. 58) explica que la usabilidad forma parte del código estilístico de la web y corresponde a una serie visual no lingüística en la prensa. La define como la función que "respeta las reglas de disponer los elementos informativos en el ambiente gráfico de la pantalla, de tal forma que el entorno permita al usuario una lectura confortable".

Además, aclara que estos elementos informativos pueden ser parte de una macroestructura (*layout* del sitio, esquema); o de una microestructura (la manera cómo se organiza la información en la noticia).

De esta manera, formarán parte de la macroestructura de un sitio web todos los elementos estáticos (información en la pantalla, políticas de privacidad, contactos del medio), funcionales (menús, barras de navegación), e interactivos (cajas de investigación, tablas de comentarios, encuestas, etc.). En cuanto a la microestructura, se incluirán los elementos dinámicos, como las noticias y las informaciones útiles. A pesar de que no existe un modelo estándar usado por todos los sitios web, la mayoría de los webperiódicos pagina sus contenidos en tres columnas: "a la izquierda de la

pantalla se sitúan las secciones del periódico, en el medio las noticias y en la derecha la barra de navegación para suplementos o publicidad” (Ward, 2002). Estos elementos deben estar estructurados de manera concisa y coherente, para obtener una *satisfactoria* experiencia de usabilidad, como la denomina Steve Krug (2005, p.25).

En la imagen se observa cómo se distribuyen estos elementos mencionados por Canavilhas en la portada de Rosario3.com, de manera tal que logran una visualización nítida y clara que permite la correcta usabilidad por parte del usuario.

En un rectángulo **rojo** están los elementos estáticos: el logo del sitio y la información en la pantalla, tal como Contactos, Correo del Lectores, Mapa del Sitio, Servicios, Registración, Cómo Anunciar y los datos sobre la empresa que realiza el diseño de la página.

En un rectángulo **negro** están los elementos funcionales, la barra de navegación superior donde se puede acceder al clima, a la registración del sitio, a los clasificados, a la Comunidad R3, link a FM Vida, Fm Frecuencia Plus y Radio 2. Luego está la barra de navegación inferior donde se encuentran las secciones: Último Momento, Noticias, Deportes, Ocio, Opinión, Comunidad, Educación, Salud, Videos; y el cuadro de búsqueda de noticias.

En un rectángulo **verde** está la zona interactiva: el Pack Básico, las Noticias Más Leídas y Mandá tu foto.

En un rectángulo **azul** están los elementos dinámicos que forman parte de la microestructura: las noticias e informaciones útiles.



El análisis más específico viene de la mano de Jakob Nielsen y sus 10 principios heurísticos (1995) para examinar la usabilidad en un sitio. Se les llama así, ya que son

amplias reglas generales y no directrices específicas. Se realizará un análisis de la usabilidad de Rosario3.com en base a estas leyes y se agregarán propuestas provenientes de la Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web redactada por Yusef Hassan Montero y Francisco J. Martín Fernández en 2003.

1) Visibilidad del estatus del sistema

Es de vital importancia que el usuario esté permanentemente informado sobre lo que está pasando cuando interactúa en la web, ya que detrás suceden un montón de cosas que no ve y que le pueden producir incertidumbre en muchas situaciones. La recomendación de Nielsen se basa en proporcionar al usuario un *feedback* constante. Ésa es la función que cumplen, por ejemplo:

- Las barras de proceso que nos indican cómo avanza la subida de un archivo.
- Los mensajes que nos confirman que “el formulario se ha enviado correctamente”.
- Una animación que nos indica que algo está siendo procesado sin incidencias

En Rosario3.com podemos observar esta cuestión en las siguientes imágenes. En este ejemplo, se observa que se está informando al usuario sobre la correcta registración. Cuando el lector decide registrarse en el sitio, luego de colocar sus datos (Apellido, nombre, e-mail, contraseña, fecha de nacimiento, código de seguridad) y de hacer clic en *Registrarse*, aparece el siguiente cartel que indica un registro exitoso. Además, el mismo brinda instrucciones para continuar con la activación del usuario.

ÚLTIMO MOMENTO · NOTICIAS · DEPORTES · OCIO · OPINION · **COMUNIDAD** · EDUCACION · SALUD · VIDEO

Regístrate en Rosario3.com

Gracias por registrarte

Te hemos enviado un e-mail a anavigoni@hotmail.com para continuar con la activación de su usuario.

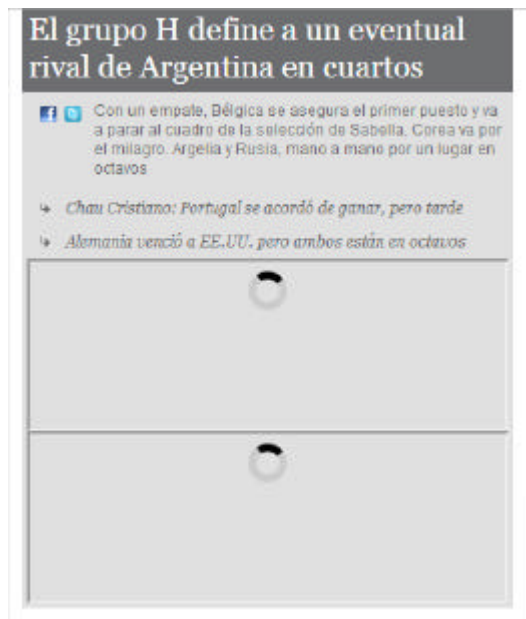
Al recibirlo deberás hacer click sobre el link enviado, de esta forma podrás terminar el proceso de registración.

Al pulsar Registrarse, estás indicando que has leído y estás de acuerdo con las Condiciones de Uso y la Política de Privacidad.

Otro ejemplo se da en el siguiente caso. Como explica Hassan Montero:

Se debe informar constantemente al usuario acerca de lo que está pasando. Por ejemplo, si el usuario tiene que esperar hasta que se termine una operación, la página debe mostrar un mensaje indicándole lo que está ocurriendo y que debe esperar. Añadir en el mensaje el tiempo estimado que tendrá que esperar el usuario, o una barra de progreso, ayudará al usuario en este sentido.

Aquí se observa que, mientras están cargando los archivos, se utiliza un círculo que gira para mostrarle al usuario que debe esperar que concluya la acción. Este símbolo es universal y cualquier usuario que utilice Windows o Mac sabe que significa que hay que esperar a que cargue algo.



2) Consistencia entre el sistema y el mundo real

El sistema tiene que hablar al usuario en su mismo lenguaje. Y esto no se refiere sólo al texto, sino también a elementos como las imágenes, el orden en que se hacen las cosas y la forma en que se presenta la información.

Se debe conseguir que la relación entre el hombre y la máquina sea natural. Internet no es otra realidad, es parte de la vida de las personas, y eso significa que el usuario rechaza, consciente o inconscientemente, interactuar bajo unos códigos de comunicación y de conducta distintos a los suyos.

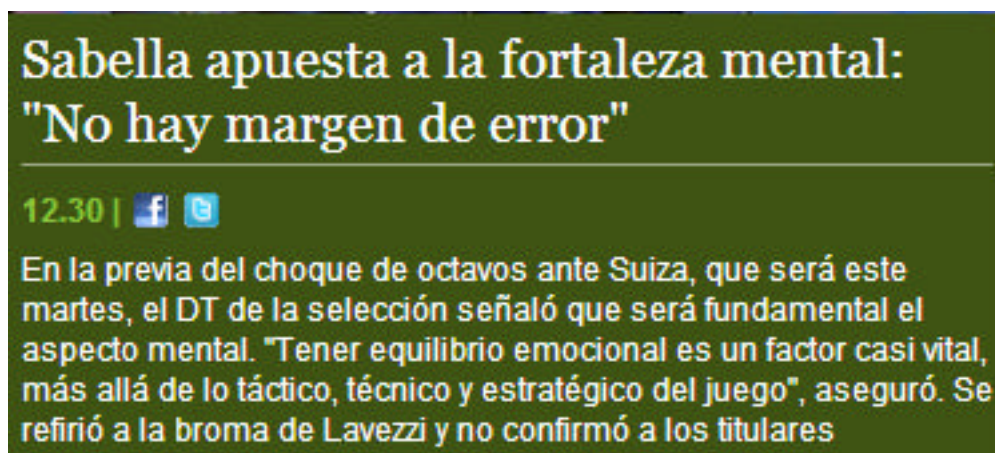
En cuanto al lenguaje, se puede decir que Rosario3.com trata de manera coloquial al usuario: es amigable, familiar y cercano. Esto puede observarse en los siguientes ejemplos



- **¿Qué hacemos hoy?:** En la sección *Ocio*, el usuario puede hacer clic en este link que lo dirigirá a variadas opciones para armar su salida a comer, al teatro, al cine o a actividades culturales. La pregunta es coloquial e invita al usuario a ingresar para ver las opciones de salidas que puede tener.
- **Enviar Blog:** Dentro de la sección *Blogs a la carta*, el usuario puede enviar un blog para recomendar a los demás visitantes de Rosario3.com. Aquí el lenguaje es claro y conciso.
- **Subí tus fotos:** En la sección *Comunidad*, está la opción de subir imágenes que forman parte del Periodismo Ciudadano. Este nivel de participación genera cercanía del medio con los usuarios.

Las metáforas que se utilizan en los sitios deben ser de fácil interpretación por parte de los usuarios. Se recomienda que la respuesta del sistema antes de hacer clic sobre el enlace sea predecible. Dice Hassan Montero que “esto está relacionado con el nivel de significación del rótulo del enlace”, es decir, que si el usuario hace clic en un icono de una cámara de fotos, querrá encontrarse con una imagen o un conjunto de ellas, ya que ese símbolo es una metáfora universal.

En Rosario3.com esto puede visualizarse en los siguientes ejemplos. En la primera imagen, se observa que hay dos íconos al lado del horario en el que fue publicada la noticia, que corresponden a los logotipos de *Facebook* y *Twitter*. Por convención, el usuario conoce que al hacer clic en estos símbolos podrá compartir la noticia en cualquiera de estas dos redes sociales. Efectivamente, al hacer clic en los mismos, se abre una nueva ventana que permite cumplir estas acciones.



Otras de las metáforas utilizadas en Rosario3.com tienen que ver con la sección *Ocio*. Al mostrar cuál es el *Top 5 de películas según los lectores* y la *Cartelera*, se utilizan íconos que simbolizan cada una de estas cosas. En el primer caso, la imagen es una claqueta y un carrete de película que instantáneamente crean una relación al usuario con el mundo cinematográfico. En la *Cartelera*, por su parte, se observan una variedad de íconos:

- Anteojos 3D para simbolizar el Cine,
- Un escenario con cortinas rojas para simbolizar el teatro,
- Una guitarra eléctrica para los recitales
- Un libro y anteojos para la cultura
- Y una estrella para las actividades de los niños

Las metáforas están bien utilizadas ya que todas evocan al lector lo que muestran, salvo la estrella para los niños, caso en el cual se podría haber utilizado un dibujo de un chico o algo más cercano al concepto de la niñez.

Top 5 de películas según lectores

1	BAJO LA MISMA ESTRELLA	★★★★★
2	ISMAEL	★★★★★
3	LA INVOCACION	★★★★★
4	JERSEY BOYS	★★★★★
5	MALEFICA	★★★★

Cartelera

- Cine
- Teatro
- Recitales
- Cultura
- Chicos

Qué hacemos hoy?

La receta de Marcelo Megna

En cuanto al orden en el que se hacen las cosas en el sitio Rosario3.com, nada sale fuera de lo común para lo que es un portal web periodístico. Una vez que se ingresa al mismo, el usuario hará un recorrido por la página principal en búsqueda de la noticia que le interese y allí encontrará las últimas informaciones estructuradas jerárquicamente de acuerdo a la importancia y a la actualización de las mismas, como ya se ha explicado en el apartado de Jerarquización. Las noticias también están organizadas temáticamente de acuerdo a las diferentes secciones que ofrece el sitio. Esto es algo común a todos los portales periodísticos digitales, que han heredado el sistema de los diarios impresos.

Hassan Montero recomienda además que los rótulos utilizados sean estándares aceptados comúnmente para el caso que aplique, por ejemplo si se trata de un *Mapa del Sitio* debe llamarse de esta manera y no de otra, lo mismo con las secciones de *Ayuda* o *Contacto*, o las de *Acerca de*. Rosario3.com cumple estas propuestas, ya que estas secciones están rotuladas de la manera recomendada por Hassan Montero y son entendibles para el usuario.

3) El usuario es libre y tiene el control

No se debe forzar al usuario a seguir un camino determinado, ya sea por un mal diseño o incluso de forma deliberada. No deben existir los callejones sin salida, ya que éste tiene que poder navegar libremente, encontrar con facilidad rutas alternativas, y tener todas las facilidades que necesite para hacer y deshacer. Si el usuario siente que tiene el control, su experiencia de uso será correcta; si siente lo contrario, no tardará en marcharse.

La persona debe tener el control sobre la interfaz: se debe evitar el uso de, por ejemplo, ventanas *pop-up*, ventanas que se abren a pantalla completa o *banners* intrusivos. Esto en Rosario3.com no se cumple en su totalidad. A pesar de que Damián Schwarzstein aclara que desde la redacción ellos no tienen decisión en la colocación de los *banners* publicitarios, en la observación se comprobó que hubo períodos en los cuales apenas se ingresaba al sitio aparecía una gran publicidad en medio que el usuario debía cerrar para continuar su libre navegación. Si bien este es un sistema bastante utilizado en grandes diarios como La Nación y Clarín por ejemplo, no deja de resultar altamente intrusivo para los lectores.

En la imagen se observa la publicidad colocada en medio del sitio, generando ruido en la navegación del usuario. La misma posee una cruz en la esquina superior derecha para ser cerrada, de un tamaño bastante pequeño. Esto provoca que a veces se haga clic, sin desearlo, en la publicidad, y que el usuario sea dirigido a la *home page* de la empresa del anuncio.



En ésta imagen se observa otro caso de ruido en el sitio a causa de las publicidades. Cuando el usuario coloca el *mouse* por encima del banner que hace referencia a la concesionaria de automóviles, este se despliega de la manera que se observa en el ejemplo. Es evidente que esto provoca una falta de control en la navegación del usuario, que no podrá recorrer tranquilo el sitio ya que cada vez que accidentalmente pose el ratón sobre la publicidad ésta se extenderá causando inconveniencia para la lectura. A este banner se le suman los anuncios de los costados, que generan que la primera pantalla que ve el usuario al entrar a Rosario3.com esté atestada de imágenes y texto que no forman parte de las noticias.



Hassan Montero también recomienda que se controle la existencia de enlaces que no llevan a ningún sitio, como por ejemplo los enlaces rotos y los que conectan con la misma página que se está visualizando, es decir, los *links* a la *home* desde la misma página de inicio. De la observación minuciosa en Rosario3.com se comprobó que ninguno dirige a páginas que ya no existen. Sin embargo, se cumple que el logotipo del sitio dirige a la *homepage*. Como explica Montero, esto está bien si el usuario se encuentra en otras páginas o secciones del portal, pero si se encuentra en la misma página de inicio no debería ocurrir.

Además, deben existir elementos de navegación que orienten al usuario acerca de dónde está y cómo deshacer su navegación. Como dice Nielsen: "*must support undo and redo*" (se debe permitir hacer y deshacer). Es importante que el sitio brinde "migajas de pan", haciendo referencia al cuento de Hansel y Gretel en el que los niños dejaban migajas en el camino para saber por dónde volver. En un sitio de noticias no resulta tan complicado lograr esto, ya que siempre que el usuario sepa en qué sección está ubicado será suficiente con la presencia de un link visible que le permita volver a la página de inicio. Generalmente, éste es el logotipo de la empresa, ubicado en la parte superior del sitio. Estas cuestiones se cumplen correctamente en Rosario3.com, ya que como se puede observar en la imagen, el logo vinculado a la *homepage* es claramente distinguible y, además, el usuario está ubicado constantemente ya que en el menú se resalta de color anaranjado la sección en la que está presente.



Otra de las cuestiones que permiten al usuario una libre navegación y control del sitio es la presencia de un buscador efectivo. En los sitios de noticias, la búsqueda es muy necesaria, ya que cualquier usuario que requiera volver a leer o encontrar una noticia de hace algunos días o semanas atrás, necesitará de esta herramienta. Como ya se ha analizado en el apartado de *Interactividad*, existen algunas cuestiones que el buscador de Rosario3.com no cumple, tal como la opción de brindar una búsqueda avanzada. Hassan Montero recomienda básicamente que los buscadores estén fácilmente accesibles: presentes en la *homepage* (a ser posible desde todas las páginas del sitio) y colocado en la zona superior de la página.

De la observación se desprende que el buscador de Rosario3.com cumple con estas características propuestas por Montero. Está ubicado en la esquina derecha superior de la pantalla y está visible desde todas las páginas del sitio. En el ejemplo se visualiza que el buscador también puede utilizarse si se está dentro de una noticia, por ejemplo. Además, cualquier persona que tenga nociones básicas de Internet podrá reconocer

que ese cuadro de texto con el botón al lado que dice *BUSCAR* hace referencia a un buscador, por lo tanto puede decirse que es fácilmente reconocible.

The image displays two screenshots of the Rosario3.com website. The top screenshot shows the website's header with the logo, navigation menu, and a search bar highlighted with a red box. Below the header are several news thumbnails with titles like 'Taxistas se reunieron con Fein y apuran al Concejo por la suba', 'Padres defienden a la maestra: sólo les dio un analgésico', and 'Se le rompió tren de juguete: "Que lo arregle Randazzo"'. The bottom screenshot shows the same website but with a news article titled 'Padres defienden a la maestra y dicen que sólo les dio un analgésico' selected, and the search bar again highlighted with a red box. To the right of the article is a travel advertisement for 'PAQUETE COMPLETO' with a price of '\$998' and destinations 'Orlando' and 'Punta Cana'.

Lo que el buscador de Rosario3.com no permite es la búsqueda avanzada de información. Para un sitio de noticias esto es inexcusable, ya que resulta una restricción a la libertad de manejo del usuario a través del portal periodístico. Sin la presencia de un buscador avanzado, el usuario pierde el tiempo navegando entre cientos de páginas, lo que resulta una tarea tediosa. Los resultados además deben ser mostrados de manera comprensible para el usuario, cosa que se cumple en el sitio: se informa cuál fue la palabra buscada y la cantidad de páginas de resultados obtenidos, así como también se muestran éstos en forma de lista. Esto se puede observar en la siguiente imagen:



Una de las cuestiones que tampoco ofrece Rosario3.com en cuanto a la búsqueda de contenidos es la posibilidad de asistir al usuario en caso de que no encuentre resultados. Solamente se informa que “No se encontraron resultados” y no se brinda ningún tipo de ayuda u opciones del estilo: “Intente con X palabra” o “Tal vez quiso decir...”. En la imagen se observa la pantalla a la que dirige el sitio cuando no hay resultados obtenidos en la búsqueda.



4) Consistencia y estándares

Los usuarios no deberían tener que preguntarse si diferentes palabras, situaciones o acciones significan lo mismo. Nielsen recomienda seguir convenciones estándar. Es decir, que no se puede hacer que el menú funcione de manera diferente en distintas partes de la web, ni cambiarlo de ubicación, por ejemplo. También es importante que no se modifique el diseño utilizado, y que no se varíe la terminología. Es un error relativamente frecuente incurrir en inconsistencias graves por supeditar la funcionalidad a meras cuestiones estéticas.

Por empezar, es importante que en un sitio de noticias pueda verse el logotipo del sitio en todas las páginas y que este dirija a la página principal del mismo. Esto se cumple en Rosario3.com, ya que el logo está siempre visible en la parte superior de la página y es un link a la *homepage*. Esto indica consistencia en el diseño, además de brindar una salida al usuario cada vez que se sienta perdido o que quiera regresar por determinado motivo a la página principal.

Es evidente que el portal además cuenta con un diseño bien planeado que resulta sólido en las diferentes secciones, ya que en ningún momento el usuario se encuentra con fuentes o colores diferentes, con menús cambiados o con distintos modos de llevar a cabo las mismas tareas. Por ejemplo, todo lo que está relacionado con la interactividad en el sitio se maneja de la misma manera, llenando un formulario prácticamente igual y con el mismo formato para enviar informaciones, textos para el *Correo de Lectores*, o fotografías o videos para periodismo ciudadano y *Mandá tu Foto*. Esto se observa en la imagen, en la cual están los formularios de *"Tu noticia vale"* y de *Blogs a la carta*: allí se observa la similitud en ambos diseños y la consistencia.

Blogs a la carta

Enviar Blog ✓

Complete el siguiente formulario

Nombre de Blog

URL Incluir http://

Imagen No se eligió archivo (opcional)

E-mail

Descripción

La información enviada será evaluada antes de ser publicada. No serán aceptadas blogs que tengan fines comerciales o que puedan considerarse inapropiadas para exhibir en el sitio web. Rosario3.com ofrece gratuitamente el uso de este listado de Blogs, a cualquier persona que navegue por su página web. Las opiniones, expresiones, comentarios y todo el contenido de dichos blogs corre por exclusiva cuenta y responsabilidad de sus autores. Por lo tanto, Rosario3.com, no es responsable por nada de lo que allí se exprese, ni por las consecuencias de cualquier índole, que estos contenidos puedan proveer a los usuarios del sitio o a terceros.

"Tu noticia vale"

Mandanos tu imagen, video o audio junto con la noticia que querés contamos y sé parte de Rosario3.com. Es muy simple: sólo tenés que describir qué querés contamos y subir el material mediante el formulario que ves abajo. Este espacio es para material que tenga contenido periodístico o informativo y que cuente con apoyo fotográfico o audiovisual. Si enviás un video, el mismo se puede difundir también por Canal 3.

Para publicar sólo comentarios e denuncias se puede enviar una nota al **Correo de Lectores**. Si es para que se investigue algo desde la Redacción hay que escribir a editor@rosario3.com.

Tu nombre

Correo electrónico

Título de la noticia

Comentarios

Adjunta tu imagen, video o audio No se eligió archivo

Acepto las bases y condiciones del servicio

✓

El diseño de las noticias también se mantiene en las diferentes páginas, como puede observarse en el siguiente ejemplo. Aquí se observa que los títulos, las bajadas, las imágenes y el texto son iguales en formato, están colocados a la misma altura y en el mismo lugar y se utilizan las mismas fuentes y colores.

rosario3.com
Martes 01 de julio de 2014 13:53 Hs.

ULTIMO MOMENTO · **NOTICIAS** · DEPORTES · OCHO · OPINION · COMUNIDAD · EDUCACION · SALUD · VIDEOS

09:30 | martes, 01 de julio de 2014

Tweet Me gusta Compartir 11 8+1 0

Noticias | País

YPF aumentó 4% el precio de las naftas

A partir de este martes, los combustibles de la petrolera estatal son más caros. Se espera que el resto de las compañías también aplique ajustes



Los aumentos comenzaron por la petrolera estatal, ¿se vienen más reloques de precios?

[Ampliar imágenes](#)

Cada vez se hace más caro llenar el tanque. YPF aumentó, a partir de este martes, un 4% el precio de todas sus naftas y se espera que pronto, el resto de las compañías repita sus pasos.

rosario3.com
Martes 01 de julio de 2014 13:58 Hs.

ULTIMO MOMENTO · **NOTICIAS** · DEPORTES · OCHO · OPINION · COMUNIDAD · EDUCACION · SALUD · VIDEOS

18:27 | lunes, 30 de junio de 2014

Tweet Me gusta Compartir 11 8+1 0

Noticias | Ciudad y Región

Clausuraron tres remiserías ilegales en zonas norte y noroeste

Funcionaban sin permiso municipal en Pasco al 5500, Junín al 5400 y Casiano Casas al 2000. La Justicia dispuso allanamientos y este lunes cerraron los locales con intervención de la Secretaría de Control y de la Policía



Remisería clausurada de Junín al 5400 (Prensa Secretaría de Control)

[Ampliar imágenes](#)

5) Prevención de errores

Un diseño que permita evitar la ocurrencia de los problemas en primer lugar, es mejor que un cartel informando que se ha cometido un error. Nielsen recomienda eliminar las condiciones propensas al error y controlarlas para presentarles a los usuarios una opción a confirmar antes de cometer la acción. No se debe esperar a que el usuario cometa un error que se sabe que va a cometer, para mostrarle después un mensaje de aviso. La mayor parte de ellos son previsibles, y se deben poder resolver de antemano. Se puede hacer de la siguiente manera, por ejemplo:

- Incluyendo información contextual preventiva en el punto problemático.
- Suprimiendo condiciones que son proclives a inducir a error.
- Pidiendo confirmación al usuario.
- Haciendo comprobaciones en tiempo real.
- Incluyendo un campo que cambia de color para recordarle al usuario que lo ha dejado en blanco.
- Una comprobación en tiempo real que indica que la segunda contraseña que se ha escrito no coincide con la primera, antes de dar a "enviar".

Estos ejemplos pueden observarse en Rosario3.com especialmente en la sección de Comunidad, dedicada a la participación del usuario. En las otras páginas no hay interacciones que puedan generar errores del usuario.

Como recomiendan los autores, si los lectores hacen las cosas mal, será conveniente que se les avise previo a la continuación de sus tareas. En la imagen se observa que, al momento de realizar la registración del usuario, no existe un cartel de aviso que indique que la contraseña requerida debe tener entre 6 y 10 caracteres. En el ejemplo, se tipeó una que solamente tenía cuatro. Esto se informa una vez que el usuario ha completado los campos y ha dado clic en *Registrarse*. De este modo, está obligado a reescribir nuevamente una contraseña que cumpla con lo requerido por el sitio, debiendo pensar en una nueva opción y volviendo a completar el campo del código de seguridad. Afortunadamente, es lo único que debe volverse a tipear, ya que los otros campos permanecen igual.

Regístrate en Rosario3.com

Apellido

Nombre

E-mail

Contraseña

Fecha Nacimiento

Código de Seguridad **U7JG8**

Ingrese el código



Al pulsar Registrarse, estás indicando que has leído y estás de acuerdo con las Condiciones de Uso y la Política de Privacidad.

Regístrate en Rosario3.com

Apellido

Nombre

E-mail

Contraseña entre 6 y 10 caracteres sin espacios

Fecha Nacimiento

Código de Seguridad **B5XA7**

Ingrese el código



Al pulsar Registrarse, estás indicando que has leído y estás de acuerdo con las Condiciones de Uso y la Política de Privacidad.

6) Mejor reconocer que memorizar

El usuario debe tener siempre toda la información a mano, y no verse obligado a usar su memoria para seguir el hilo de la interacción. Hay que minimizar su carga de memoria haciendo que los objetos, las acciones y las opciones estén visibles. No debe tener que estar memorizando qué es lo que se debe hacer de una página a la otra, ya que las instrucciones deben estar fácilmente encontrables cuando se las necesite.

Si el usuario tiene que recordar cómo se hace algo en la web en lugar de saberlo intuitivamente si tiene que recordar decisiones que ha tomado previamente, hay un problema de usabilidad.

Los entrevistados aseguran que la interfaz de Rosario3.com es sumamente intuitiva, y de la observación se desprendió que cualquier usuario que intente llevar a cabo cualquier tipo de tarea no tendrá mayores problemas para hacerlo. Todas las secciones son encontrables rápidamente, ya que desde la página principal se puede acceder a cualquiera de ellas. Desde el inicio, el usuario puede acceder al menú que divide a las

noticias por temática, así como también al buscador y a la *Comunidad R3*, por mencionar algunas de las páginas más utilizadas dentro del sitio.

En cuanto a la realización de acciones en particular, se puede observar por ejemplo que cada vez que un usuario desea ingresar a una noticia el link aparece subrayado, lo que se constituye en una convención estándar que indica que allí se puede hacer clic. Esto genera que el usuario no tenga que pensar demasiado en dónde exactamente tiene que clicar, ya que al observar esto lo hará instintivamente. En la imagen se puede apreciar este ejemplo:

Maidana volverá a pelear con Floyd Mayweather

10.55 El Chino había pedido revancha y el norteamericano le aseguró a un medio que habrá un segundo capítulo con el santafesino. Sería el 13 de septiembre



Floyd y el Chino estuvieron frente a frente en mayo.

Además, los rotulados del sitio son significativos, lo que impide también que el usuario deba analizar cuál es la acción que debe realizar. Por ejemplo, en vez de que un link que dirija a una foto diga "Haga clic aquí", se utiliza la frase "Ampliar Imagen", lo que evita todo tipo de dudas al usuario sobre lo que está por hacer. Este ejemplo puede observarse en la imagen a continuación:



Un corte de pelo "a lo Messi".

[Ampliar imágenes](#)

7) Flexibilidad y eficiencia de uso

Un buen interfaz de usuario tiene la flexibilidad necesaria para comportarse a la medida de los usuarios, ya sean novatos o expertos. Debe poder brindar atajos que permitan facilitar la navegación, especialmente para aquellos que entran y acceden siempre al mismo lugar. Ejemplos de esta ley heurística serían:


- Un atajo en la home a la página que más visitan tus usuarios, saltando pasos intermedios.
- Mostrar los últimos artículos por los que se ha interesado el usuario en su última visita, o en la visita en curso.

Rosario3.com no posee atajos de este tipo: no ofrece una eficiencia de uso para los usuarios expertos y no posee algoritmos que recuerden la visita anterior y brinden artículos similares o relacionados, o muestren lo que el lector estuvo mirando hace pocos minutos. Lo que sí se puede encontrar en la página es un atajo para aquellos que se registran por primera vez o ingresan como usuarios ya registrados. Generalmente, aquellos lectores que completan esta tarea lo hacen porque desean postear algo en las secciones interactivas del sitio. Por lo tanto, como puede verse en la imagen, una vez que realizan el ingreso a Rosario3.com colocando su dirección de mail y contraseña (el *e-mail* queda guardado para no tener que escribirlo completo) se accede a una ventana en una página nueva denominada *Accesos rápidos*. Aquí, la persona puede ingresar a los *Foros*, al *Correo de Lectores* o a *Mandá Tu Foto* desde ese mismo lugar, sin necesidad de ingresar a la *Comunidad R3*. También puede hacer cambios a su cuenta o salir de la registración.

INGRESAR A ROSARIO3.COM

E-mail

Contraseña



¿No está registrado? Haga click aquí

¿Olvidó su contraseña?

 Bienvenido Ana

Accesos rápidos

- [Mi Perfil](#)
- [Modificar Contraseña](#)
- [Fors](#)
- [Mandá tu foto](#)
- [Correo de Lectores](#)
- [Salir](#)

Si bien esta función resulta interesante para la flexibilidad en el uso del sitio, muchas de las funciones de atajos para la preferencia en las noticias o para las secciones más visitadas en usuarios habituales son obviadas. Cabe resaltar que en la observación de Rosario3.com se encontró que, al final de cada noticia, el portal ofrece noticias que desde la redacción suponen que también pueden resultarle interesantes al usuario. Sin embargo, esta selección es completamente arbitraria y no recae en los gustos de la audiencia o en las noticias que ha estado leyendo previamente. Generalmente, las informaciones que aparecen en este sector provienen del *Pack Básico* o de las *Noticias Más Leídas*. En la imagen se puede apreciar el formato de esta función, en el cual se muestran tres noticias aleatorias para que el usuario siga leyendo información actual sin la necesidad de volver a la página principal. Esta característica sin duda se constituye como un atajo, a pesar de no estar especializada para el usuario experto que visita Rosario3.com.

También te puede interesar.



Los tuits de la novia de Boudou sobre el caso Ciccone

La periodista Agustina Kämpfer escribió: "Ya no saben qué hacer para convertirme en la «ex desechada» que necesitan que sea". Desafió a que la investiguen: "Por favor avancen, les cebo unos mates si quieren"



En el Vaticano también se juega Argentina-Suiza

El jefe de Ceremonial y Protocolo de la Santa Sede, Guillermo Karcher, aseguró por Radio 2 que en los pasillos se respira el entusiasmo por el enfrentamiento mundialista. Por un día, el Papa se aleja de su guardia



Viene Domínguez, ¿puede seguir Trezeguet?

El Negro firmará en las próximas horas un contrato por tres años con la entidad del Parque, mientras que el francés no jugará en River y podría negociar su nueva vinculación al rojinegro si Raggio le da el OK

Otro de los atajos que Rosario3.com ofrece al usuario es la posibilidad de leer las *Noticias relacionadas* con la que está leyendo en ese momento. Esta opción aparece debajo del bloque de texto en cuestión, y es una forma de brindarle al lector la posibilidad de estar completamente informado sobre esa noticia en particular, nuevamente sin la necesidad de realizar una búsqueda al respecto o de ir hasta la página de inicio. En la imagen se puede observar que las noticias relacionadas se

ubican al finalizar la noticia en color anaranjado. Mientras que la misma habla sobre “La nueva tarifa de colectivo quedó trabada en el Concejo”, las relacionadas son “Boasso hace rodar una alternativa a la suba del boleto” y “La tarjeta de colectivo se puede pagar por home banking”.

11:17 | lunes, 02 de diciembre de 2013 [Twitter](#)

Noticias | Ciudad y Región

La nueva tarifa de colectivo quedó trabada en el Concejo

La comisión de Servicios Públicos pasó a un cuarto intermedio para el miércoles próximo porque no hubo acuerdo entre los concejales sobre las distintas alternativas en juego. El oficialismo apura la suba para antes del 10 de diciembre

El nuevo precio del bondi todavía en suspenso. [Ampliar imágenes](#)

La actualización tarifaria del transporte urbano de pasajeros se quedó sin despacho este lunes a la mañana en el Concejo de Rosario. De acuerdo a lo informado por la periodista Evelyn Machain en A Diario (Radio 2) la comisión de Servicios Públicos pasó a un cuarto intermedio para el próximo miércoles ante la falta de acuerdo con respecto a las distintas alternativas que están en discusión. Desde el oficialismo esperan sacar la suba antes del 10 de diciembre, fecha de recambio de ediles que implicará una conformación que no le será favorable.

No hubo despacho para la suba del boleto. La comisión de Servicios Públicos se reunió este lunes a la mañana para evaluar el incremento del valor del pasaje de colectivo. El oficialismo intentaba imponer una nueva tarifa que rondaría a los 3.90 pesos. Sin embargo, no hubo acuerdo posible y el tratamiento del tema quedó postergado a la semana que viene.

Para el edil socialista Manuel Sciutto, titular de la comisión de Servicios Públicos, ninguna de las alternativas presentadas a la suba “achican el desfase entre el costo real y el valor del pasaje, ni supone un impacto menor en el bolsillo del usuario”.

Por otra parte, el concejal señaló que “sería positivo que antes del 10 de diciembre” se llegue a un acuerdo. Según indicó podría alterar el cobro de sueldos de los trabajadores del sector. Sin embargo, el oficialismo necesita acordar antes de esa fecha debido al recambio en el recinto, situación que no lo favorece a la hora de imponerse ante la oposición.

Noticias Relacionadas

- Boasso hace rodar una alternativa a la suba del boleto
- La tarjeta de colectivo se puede pagar por home banking

Pack Básico

- Tiroleo de las cañas internas del Hospital Roque Sáenz Peña
- Ya fue: se concreta hoy la salida de Moreno del gobierno
- El gobierno irá por los consumidores de la prostitución
- Una nena de 6 años grave tras quedar en medio de un tiroleo
- San Lorenzo no pudo y Newell's llega con chances al final

Noticias más leídas

- Cyber Monday con quejas: se caen las páginas
- San Lorenzo no pudo y Newell's llega con chances al final
- La tarjeta de colectivos se puede cargar por home banking
- Tashirojina, la curiosa lista tomada por los palos
- La definición del lomo se estira al menos hasta el 15 de diciembre

8) Diseño estético y minimalista

El diálogo que el interfaz mantiene con el usuario no debe contener información irrelevante o de rara utilidad. Dice Nielsen que “cada unidad extra de información en un diálogo compite con las unidades relevantes de información y reduce la visibilidad relativa de éstas.” Dicho de otra manera, cada palabra de más está oscureciendo las palabras que son realmente importantes.

Lo más importante para cumplir esta ley heurística, según Hassan Montero, es que el espacio visual del sitio esté usado correctamente. Explica que “no se desaproveche demasiado espacio con elementos de decoración, o grandes zonas en blanco, y que no se adjudique demasiado espacio a elementos de menor importancia”. Además, el uso de colores, efectos tipográficos y agrupaciones para discriminar información debe ser el correcto. Dice Montero: “Al igual que en los elementos de un menú de navegación, los grupos diferentes de objetos informativos de una página, no deberán superar el número 7 ± 2 ”. Este principio, el del *Mágico número 7 más o menos 2*, lo formuló George Armitage Miller en 1956 respecto a la capacidad de la memoria de corto plazo. Miller, psicólogo especialista en ciencia cognitiva llamó *chunk* (trozo) a la cantidad total de información capaz de ser recibida en la memoria inmediata (instante de percepción). Según las investigaciones, un *chunk* se compone de un máximo de 7 más 2 componentes ó 7 menos 2 componentes. El componente del *chunk* no es estrictamente formal sino una forma a la cual corresponde una unidad de significado (un concepto, un nombre, una idea). En materia periodística, esto significa que sólo puede haber 7 + ó - 2 componentes significativos en el marco de una *homepage* si se quiere realmente explotar toda la potencia informativa sin exceder la capacidad de recordación del receptor en un instante dado.

Según estas recomendaciones, la página inicial de Rosario3.com tiene algunos inconvenientes en cuanto al diseño de la misma. Primero y principal, lo más notorio resulta el ruido que provocan las publicidades. Desde la observación se desprendió que durante los últimos meses ha cambiado la presencia intrusiva de *banners* de manera patente. Estos son elementos de menor importancia, que no hacen a la información del sitio. Si bien no pueden ser eliminados, ya que conforman el sustento económico de Rosario3.com, podrían ser ubicados de diferente manera para evitar la saturación visual. En la imagen se observa una comparación entre una captura de la *homepage* de diciembre de 2013 y una de agosto de 2014. Es clara la diferencia de espacios en blanco. Mientras la primera permite un descanso de la vista del usuario y sus elementos están mejor organizados, la segunda cuenta con una gran saturación de imágenes fijas y en movimiento que cansan la vista. Sin dudas, de acuerdo a la teoría de Miller, la cantidad de componentes son demasiados y no se puede abarcar tantos *chunks* en la memoria del lector.

A pesar de esto, el sistema de agrupación de información que permite discriminar la misma de acuerdo a la jerarquía sigue siendo igual, y esta cuestión según Montero está correctamente delineada.



Se observa una clara jerarquía visual que determina que las noticias que se encuentran en la sección superior de la página son las más importantes. Esto se demuestra a través de los recuadros de color en los que están enmarcados las noticias (gris, anaranjado y verde) y en la diferencia en el tamaño de fuente. Además, la presencia de

imágenes en estos cuadros las hace más significativas. Esta jerarquía permite visualizar también las secciones o partes en las que está dividida la *homepage*, las cuales son notorias. Hasta el título *Videos*, está la pantalla donde se ubican las noticias más importantes y actualizadas según el criterio editorial del sitio. Luego, está la parte de los *Videos*, *Imágenes* e *Infografías*, mostrando el sector multimedia de la página, junto a otro grupo de noticias generalmente menos actuales y pertenecientes a Internacionales o Espectáculos. Luego, existe un recuadro destinado a los deportes, con pequeños resúmenes de las noticias más importantes. Debajo de esto está la sección *Ocio*, la cual contempla opciones culturales para los usuarios y también noticias relacionadas con la farándula o el mundo del espectáculo. Finalmente, Rosario3.com cuenta con un *popurrí* de las noticias en forma de pequeñas síntesis provenientes de diferentes secciones, para culminar con la parte interactiva del sitio en la cual se encuentra el *Pack Básico*, *Noticias más leídas* y *Mandá tu foto*. De esta forma, lo que se intenta lograr desde Rosario3.com es una página de inicio en la cual el usuario pueda encontrar todo lo que necesita sin necesidad de entrar en profundidad en el sitio. Esto no va de acuerdo con las recomendaciones de varios autores, entre ellos Guillermo Franco, Canavilhas y Hassan Montero, que dicen que la *home page* no debe ser tan larga. Sin embargo, Damián Schwarzstein explica que “el usuario ya está acostumbrado a hacer *scrolling* en la actualidad”, cosa que se comprueba dado que la mayoría de los grandes diarios digitales tienen una página de inicio bastante larga.

9) Ayuda al usuario a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores

Los mensajes de error tienen que estar escritos en un lenguaje que el usuario pueda entender, sin utilizar códigos de computación y deben siempre sugerir una solución o un camino de salida constructivamente.

Es importante que se avise al usuario de que ha cometido un error de manera amistosa y no alarmista, para no generarle preocupaciones. Si bien es preferible evitar que el lector cometa las fallas (en eso tiene que ver el punto 4), una vez que lo haya hecho hay que avisarle de la mejor manera posible.


En Rosario3.com se puede apreciar que esto se cumple en algunos aspectos. En el ejemplo se observa que se ha intentado enviar una noticia a la sección *Tu noticia vale* sin rellenar los campos necesarios para ello. El aviso de error es claro y conciso, además de evidente: a lado de cada recuadro sin completar, el sitio informa esa misma palabra en color rojo y, en donde debe subirse un archivo, se indica al usuario que le está faltando ingresarlo.

"Tu noticia vale"

Mandanos tu imagen, video o audio junto con la noticia que querés contarnos y sé parte de Rosario3.com.

Es muy simple: sólo tenés que describir qué querés contarnos y subir el material mediante el formulario que ves abajo. Este espacio es para material que tenga contenido periodístico o informativo y que cuente con apoyo fotográfico o audiovisual. **Si enviás un video, el mismo se puede difundir también por Canal 3.**

Para publicar sólo comentarios o denuncias se puede enviar una nota al [Correo de Lectores](#). Si es para que se investigue algo desde la Redacción hay que escribir a editor@rosario3.com.

Tu nombre	<input type="text"/>	Completar
Correo electrónico	<input type="text"/>	Completar
Título de la noticia	<input type="text"/>	Completar
Comentarios	<input type="text"/>	Completar
Adjunta tu imagen, video o audio	<input type="button" value="Seleccionar archivo"/> Ningún archivo seleccionado Ingresar un Archivo	
	<input type="checkbox"/> Acepto las bases y condiciones del servicio	
	<input type="button" value="Enviar"/> 	

En este otro ejemplo, si bien se avisa al usuario de manera amistosa que "Nos encontramos realizando tareas de mantenimiento, disculpe las molestias", cuando intentan ingresar a la sección de los clasificados, no se ofrece un vínculo que redirija hacia la página de inicio para evitar que el usuario tenga que hacer clic en la flecha *Atrás* del navegador. Una vez que el usuario hizo clic en *Rosario3.com Clasificados* y se encontró con este cartel, no le queda otra opción que volver manualmente a donde estaba, ya que el portal no ofrece ningún link para salvar esta situación.



Nos encontramos realizando tareas de mantenimiento, disculpe las molestias.

10) Ayuda y documentación

Por supuesto es preferible que el sistema pueda usarse de manera intuitiva sin tener que acudir a unas instrucciones. No obstante, el usuario necesitará en ocasiones ayuda y documentación.

Es importante que esta información sea fácil de encontrar, y sobre todo que esté orientada a las tareas concretas que realiza el usuario, antes que a cuestiones teóricas

o demasiado genéricas. Un buen ejemplo es la lista de preguntas frecuentes (normalmente abreviado en inglés como FAQ). La idea es evitar que el usuario tenga que leer contenidos de ayuda que no le interesan antes de llegar al texto que realmente va a resolver su problema.

En los sitios de noticias no es demasiado necesaria una sección de ayuda al usuario, salvo que éstos sean muy complicados de entender. Sin embargo, en general todos entienden qué es lo que deben hacer para acceder a la información y leer los diarios digitales. En Rosario3.com, como en la mayoría de los portales periodísticos, se puede encontrar un *Mapa del Sitio*, que ayuda al usuario a conocer en qué sector de la página está ubicado y en dónde están las secciones que desea visitar. El *Mapa del Sitio* de Rosario3.com está desactualizado, y mientras en él se indican las secciones de Último Momento, Noticias, Deportes, Ocio, Tecnología, Opinión, Comunidad y Servicios; las que efectivamente pueden ser navegadas por el usuario son Último Momento, Noticias, Deportes, Ocio, Opinión, Comunidad, Educación, Salud y Videos. Un Mapa del Sitio que no indique correctamente las diferentes partes que componen el portal no tiene mucha utilidad para el usuario, así que lo mejor sería actualizarlo o eliminarlo directamente.

ULTIMO MOMENTO · NOTICIAS · DEPORTES · OCIO · OPINION · COMUNIDAD · EDUCACION · SALUD · VIDEOS ·

Las nuevas tecnologías han revolucionado el mapa de la comunicación social. En ese marco, Internet se convirtió en un factor aglutinador de los distintos tipos de mensajes: texto, audio, imagen—fija o en movimiento— conviven en este medio en lo que se impone es el lenguaje multimedia y la interacción con la audiencia.

Rosario3.com es contenido puro porque es la suma de todos nuestros medios y nuestros contenidos. Tenemos la información y contenidos canal 3 de Rosario, de Radio Dos y de FM Vida. La suma de ese trabajo va a estar publicada online.

Rosario3.com es la nueva referencia de noticias, información multimedia, entretenimientos y eventos de la ciudad de Rosario, para que desde cualquier parte del mundo se acceda siempre a la información en su lugar.

MAPA DEL SITIO

HOME

Es la "tapa" del portal. Tiene un sector destinado al contenido informativo, la Guía del Ocio, el ranking de noticias más leídas, el pack básico (la información imprescindible del día), los links para escuchar Radio 2 y FM Vida en vivo, el acceso a espacios interactivos (Encuesta, Foro, Mandá tu foto), el tiempo, entre otras cosas.

Último Momento

En este espacio se puede acceder a las últimas quince noticias cargadas. Se ordenan desde la más nueva a la más vieja.

Noticias | Ciudad y Región | País | Mundo | Economía y Negocios | Policiales

En estos espacios se puede acceder a la información específica de cada sección. Se ordenan a partir de la última noticia cargada o modificada.

Deportes

Aquí se presentan las informaciones deportivas.

Ocio | Guía | Cartelera

En esta sección se pueden encontrar las noticias vinculadas al mundo del espectáculo. La Guía del Ocio es un espacio especial donde le recomendamos lo que se puede ver en cine, teatro, televisión, etc. La cartelera ofrece un listado de lo que la ciudad ofrece en la materia, con fechas, horarios y direcciones.

Tecnología

En esta sección se agrupan las noticias vinculadas con adelantos tecnológicos e investigaciones científicas tanto de la Argentina como del resto del mundo.

Opinión

Aquí podrá encontrar las notas que escriben nuestros columnistas sobre diversos temas, sean o no de actualidad.

Comunidad | Encuestas | Foros | Mandá tu foto

Este es el espacio que apunta a la participación de los usuarios. La interactividad, que le dicen. Las encuestas se estructuran en base a opciones cerradas. Los foros, en cambio, dan más para el libre albedrío. Mandá tu foto es un lugar en el que en base a una consigna madre se reciben—y publican— las imágenes que envían los usuarios.

Servicios | Farmacias | Trámites | Trámites online | Tel. Útiles | Lugares de interés | Vuelos

Te damos una ayuda sobre cómo resolver esas cuestiones que suelen dar dolores de cabeza.

Resumen

- En general, el sitio Rosario3.com está diseñado de manera intuitiva para el usuario. La jerarquía visual de la página principal es clara y el formato de las fuentes y los colores es el adecuado.
- Sin embargo, al realizar un análisis más exhaustivo, se puede observar que algunos puntos no cumplen con las leyes heurísticas de usabilidad determinadas por Nielsen. El buscador es el punto más débil del sitio, ya que es muy lento de utilizar y no ofrece la posibilidad de realizar búsquedas avanzadas. Además, no se ayuda al usuario a prevenir errores y el *Mapa del Sitio* está desactualizado.
- Últimamente el sitio ha sufrido modificaciones en cuanto al agregado de publicidad en cantidades importantes, lo que provoca incomodidad en la navegación.

Interactividad en Rosario3.com

La interactividad es un término fundamental que define el cambio de paradigma de lo analógico a lo digital. Desde la llegada de Internet, el usuario se vio inmerso en un intercambio comunicativo con los medios que antes existía muy escasamente. Previo a los medios digitales, las experiencias de contacto entre las audiencias y los medios se reducían a cartas de lectores o llamados a alguna estación de radio. Estas circunstancias, que se mantuvieron a lo largo de tres siglos, cambiaron radicalmente con la llegada de Internet a los medios de comunicación.

Según Díaz Noci (2006, p.9) la interactividad es la característica del periodismo digital que hace posible una mayor democratización debido a la participación del usuario que permite. Es, además, consecuencia de la hipertextualidad y son dos características que se ven entremezcladas al momento de analizarlas. Según Alejandro Rost, (2006, p.15) es la "capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación de darle un mayor poder a sus lectores en la construcción de la actualidad, ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos como de expresión y comunicación". Es decir, que esta importante característica permite una comunicación bi o multidireccional para el intercambio de información entre los lectores y los medios, relación que nunca ha sido tan democrática como lo es en la actualidad.

Rost define cuatro etapas no taxativas en cuanto a la participación de los usuarios en los medios desde que existe el periodismo en Internet.

- Presencia institucional (surgida en 1994): El flujo de información era unidireccional y la participación del usuario muy escasa.
- Participación marginal (surgida en 1999): Los usuarios participaban en foros y encuestas independientes a las noticias. Éstos estaban separados del medio.
- Participación asincrónica (surgida en 2006): Surgen los blogs, el periodismo ciudadano, los comentarios debajo de las noticias. Posibilidades de interacción que están en contacto con los medios.
- Participación sincrónica (surgida en 2009): La interacción es codo a codo, existe un ida y vuelta en las comunicación que se observa, por ejemplo, en las redes sociales.

Estas etapas muestran el cambio de paradigma que ha generado la era digital de comunicación. Tarde o temprano, todos los medios han incorporado herramientas para interactuar con sus usuarios en mayor o en menor medida. Roberto Igarza (2012) dice al respecto:

Si la amplia mayoría de los grandes medios han implementado estrategias de participación se debe a que han descubierto en la interactividad un elemento de anclaje y de retención de sus usuarios en un momento en que la oferta de información gracias a que la red es globalizada y siempre tiene algo más para ofrecer, aumenta la presión para que, en la conversión a un modelo en línea, los grandes medios se adapten al nuevo paradigma

Alejandro Rost (2006, p.373) define determinadas características que debe tener un sitio web para ser un Periódico Digital Interactivo (PDI), entre las que se destaca una estructura hipertextual clara, coherente y organizada, sumada a una correcta

jerarquización informativa. Además, las noticias deben estar relacionadas a través de enlaces y se deben permitir la profundización de los temas a través de hipertextos internos (dentro del mismo sitio) y externos (hacia otros sitios). Claudia Rausell (2005, p. 152) explica que la interactividad en los discursos dependerá de las elecciones que se le ofrezcan al espectador lector: a) que puede elegir el momento de lectura; b) que pueda variar el orden de lectura del discurso; c) que pueda elegir entre distintos discursos o distintas porciones de discurso, y d) que pueda elegir el ritmo de lectura. El grado de interactividad de un discurso es proporcional a su capacidad para fragmentarse en unidades de lectura menores dotadas de significado y sentido (lexías). Estas características están inmersas en lo que Rost denomina la interactividad selectiva, conjuntamente con los motores de búsqueda y los gráficos interactivos. En cuanto a la comunicativa, la cual se define como la relación del usuario con otros grupos de usuarios en la que ya no sólo será receptor, sino que también puede convertirse en productor de contenidos; el sitio debe incluir opciones sincrónicas (interacción en tiempo real) y opciones asincrónicas (interacciones que no ocurren en tiempo real). Dentro de las sincrónicas pueden encontrarse los chats y las entrevistas *on line*, y dentro de las asincrónicas hay otras opciones más comunes, tales como los foros, las cartas de lectores, los *e-mails* dirigidos al medio o a sus periodistas, encuestas, ranking de noticias más leídas y más comentadas y la posibilidad de compartirlas en las redes sociales.

La interactividad selectiva: administración personalizada de los contenidos

Según Alejandro Rost (2006): "La personalización de los contenidos es una de las formas que adquiere la interactividad selectiva llevada al extremo de querer responder individualmente a cada usuario y lector". Este tipo de interactividad es tal vez el más relevante, ya a través de la misma los usuarios tienen control sobre los contenidos y son ellos quienes deciden qué leer y qué no. Rost define a la interactividad selectiva como "la relación que establece el lector con los contenidos del medio" y es a partir de su existencia que el usuario define qué opción seleccionar entre las varias que ofrece el medio.

Si la interactividad selectiva de un sitio de noticias es alta, el usuario podrá elegir su propio camino de lectura de las noticias. Sin embargo, es difícil que pueda hacerlo desde cero, ya que todos los medios imponen un menú de contenidos predeterminados. Cuantas más opciones posea este menú y cuanto más significativas sean para el usuario, mayor será el grado de interactividad del sitio.

Rost (2006, p.7) propone para lograr un Periódico Digital Interactivo, que la organización de la información sea realizada en capas o niveles, ya que esto ayuda a formar una idea de jerarquización de contenidos en el usuario. De esta manera, él sabrá que a medida que vaya avanzando en profundidad, los contenidos serán más específicos y ahí decidirá si sigue leyendo la noticia o pasa a otra diferente. Sin embargo, la estructura para realizar este recorrido no debe ser rígida, sino flexible, para brindarle al usuario la posibilidad de conocer en todo momento cuál es la disponibilidad de opciones que posee. Además, deben darse conexiones horizontales entre las noticias, lo que determinaría la utilización de una estructura de enlaces mixta. Esta es la mezcla entre una estructura en red, en la cual no hay jerarquía de ningún

tipo y el orden lo decide el lector; y una estructura jerárquica, en la cual existen enlaces que solamente van desde el nodo madre hacia abajo y no se conectan entre sí.

Rost también sugiere que los portales de noticias deben tener diferentes tipos de enlaces que clasifica de la siguiente manera:

- Enlaces estructurales: sistemas de navegación que ofrece el medio y están ubicados de manera fija en el sitio, generalmente arriba o a la izquierda. Son las secciones en las que está dividida el sitio y los servicios que brinda.
- Enlaces semánticos: estos son los tipos de enlaces que más le interesan a Rost, los cuales relacionan a los contenidos entre sí. A su vez se clasifican:
 - Según la jerarquía: horizontales, verticales o mixtos
 - Según los contenidos: actualidad reciente, cronológica, documental e informativa
 - Según la espacialidad: internos y externos
 - Morfologías de la información: texto y multimedia.

El hipertexto es la principal herramienta de interacción de selección. Implica que el lector tenga el poder de decisión sobre qué ruta de lectura tomar dentro de la noticia y es uno de los cimientos más importantes de la interactividad, ya que es la herramienta que permite al usuario interactuar con otros usuarios y con el medio y los contenidos. Sin embargo, Díaz Noci (2006, p.23) explica que la interactividad selectiva de la que habla Rost correspondería a determinar la estructura de los hiperdocumentos, es decir, a la hipertextualidad:

En opinión de autores como Massey y Levy, no proporciona sino una falsa impresión de control del usuario sobre el producto final, por lo que no se trataría de una verdadera interactividad. Inseparable, desde luego, de las posibilidades interactivas, pero susceptible de ser estudiado separadamente de lo que supone, en terminología de Alejandro Rost, la interacción comunicativa.

Por este motivo, el análisis de este apartado en relación al objeto de estudio que es Rosario3.com, será efectuado en el capítulo de *Hipertextualidad*, lo cual resulta más pertinente para este trabajo. Lo que sí se observará en esta sección dentro de la interactividad selectiva que propone Alejandro Rost, serán los modos de recuperación de información. Estos incluyen a los buscadores, índices, directorios, hemerotecas organizadas en forma cronológica y temática y, en general, distintas formas de acceso a las noticias recientes y a los archivos. Otra de las propuestas de Rost para un periódico Digital Interactivo tiene que ver con el uso de los nuevos géneros periodísticos exclusivos de la web, tales como los reportajes multimedia, las infografías interactivas, las entrevistas *on line* y las fotogalerías.

Los sistemas de búsqueda en los sitios web periodísticos están enfocados a recuperar grandes volúmenes de información, como el archivo de un periódico digital; o como complemento de los sistemas de navegación (enlaces dentro del sitio), tal es el caso de los buscadores internos. Un buen buscador debería poseer las siguientes opciones para poder satisfacer correctamente las necesidades de conocimiento del usuario:

La posibilidad de búsqueda debería poder darse no sólo de manera simple, sino también de forma avanzada y contextual. Es decir, que el buscador ideal de un

periódico digital debería permitir filtrar los resultados por fecha, calendario, secciones, por tipo de noticia (si es un video, una imagen, o un texto), entre otras opciones diferentes que pueda brindar el sitio. La Nación Online, por ejemplo, permite seleccionar el rango de fecha (desde X día hasta X día), la fecha (hoy, la última semana, el último mes, último semestre, último año), la fuente (Diario La Nación o alguna de sus revistas o suplementos) y además, brinda la opción de ordenar los resultados por relevancia, más antiguos o más nuevos. La búsqueda avanzada es importante para que el usuario no pierda su tiempo investigando entre cientos o miles de resultados hasta que encuentre el que verdaderamente desea. Si un buscador no resulta eficiente, la persona no tardará en hartarse y migrará hacia otro sitio mejor para buscar la información que necesita. Un buen buscador equivale a un alto grado de interactividad que permitirá al usuario navegar entre las capas profundas de la información.

El sistema de búsqueda interno de Rosario3.com no cumple con esta característica. Es demasiado simple, y no tiene posibilidades de filtrado de resultados de ningún tipo. Las opciones de la búsqueda avanzada son nulas, por lo que un usuario que necesite encontrar una noticia en particular debería armarse de paciencia y bucear entre las decenas de páginas de resultados que se ofrecen.



En la imagen se observa claramente el funcionamiento del buscador de Rosario3.com. El término se introduce en el recuadro de arriba a la derecha y luego se hace clic en *BUSCAR*. Luego de varios segundos, más de los deseados por cualquier usuario acostumbrado a los servicios de banda ancha, la página muestra los resultados obtenidos. En este caso, se hizo una búsqueda sobre Mónica Fein, la intendenta de la ciudad de Rosario. Primero se buscó solamente su apellido, y los resultados fueron 588 divididos en más de 10 páginas, como ya se ha explicitado, sin la opción de filtrar. El término que se ha buscado se indica en la parte de arriba de la página, previo a las noticias encontradas, pero dentro de ellas no se señala de forma diferenciada esta palabra. Esta cuestión resulta importante para saber si la noticia trata principalmente sobre Mónica Fein o solamente se da una mención indirecta en el cuerpo de la misma. Lo ideal sería resaltar esta palabra en negrita o en otro color para que sea visualizada

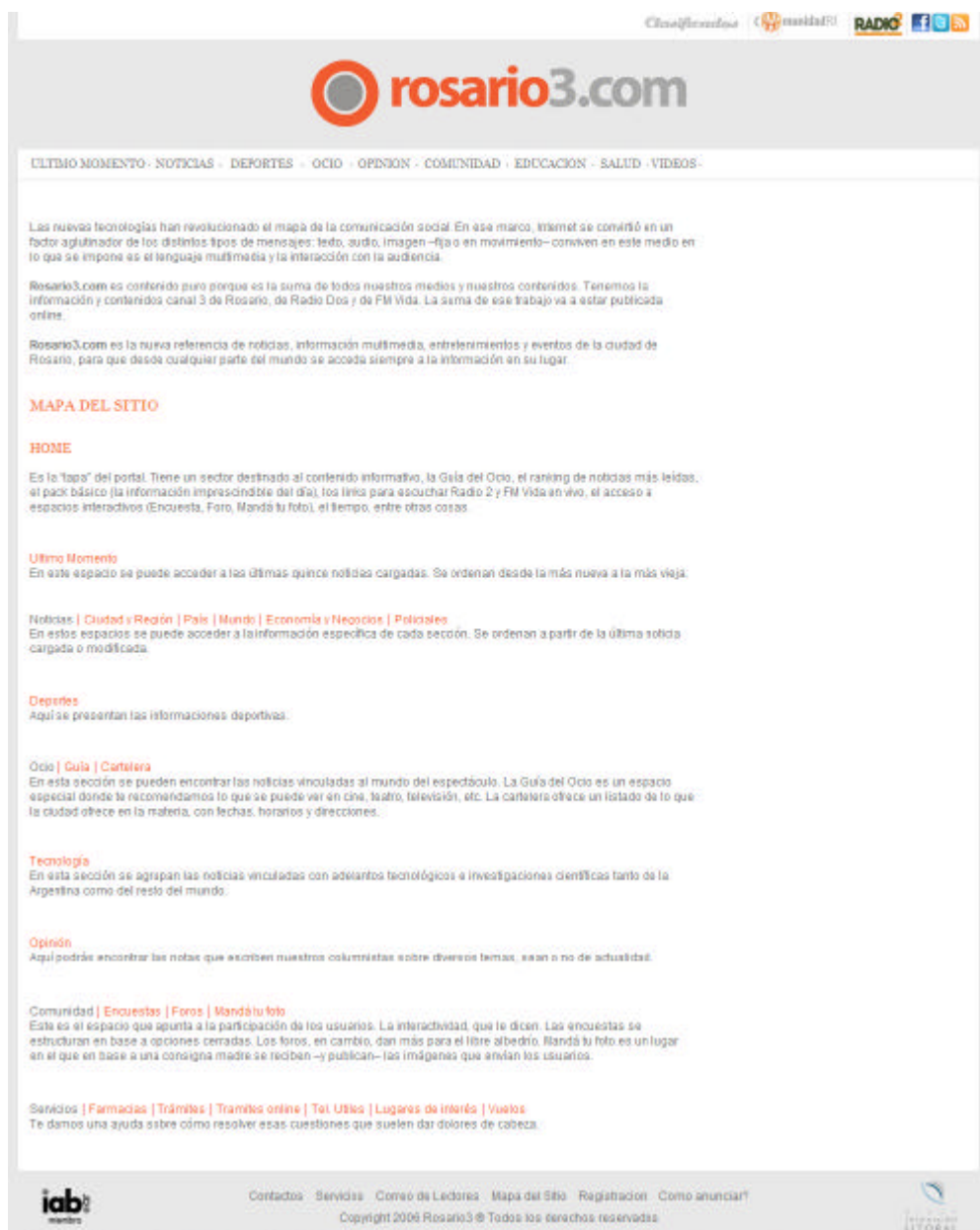
fácilmente por el usuario. El sitio tampoco ofrece términos de búsqueda relacionados, en el caso de que el usuario cometa algún error ortográfico al tipear la palabra. Directamente se le informa que no se han encontrado resultados, ejemplo que puede observarse en la imagen también. En este caso, se tipeó "Mónica Fein", sin tilde en la "o", obteniendo cero resultados. Si se escribe el nombre de la intendenta correctamente (Mónica Fein, con tilde en la o), el sistema de búsqueda sí encuentra noticias relacionadas. Lo llamativo es que los resultados obtenidos son diferentes a cuando se buscó la palabra "Fein" únicamente. Esto puede observarse en la imagen a continuación. Mientras el primer resultado en el primer ejemplo es *Fein: "El plan de obras que tenemos es histórico"*, aquí es *Podrían sancionar a empresas de transporte por el paro del domingo*. La segunda noticia es mucho más vieja que la anterior y evidencia que el sistema de búsqueda está construido con algoritmos que hacen una búsqueda exacta de lo que se tipea, sin otorgar ningún margen de error al usuario. Esta cuestión es muy desfavorable, ya que éste no desea perder tiempo introduciendo varias palabras hasta dar con la que el sistema considera como correcta.



Otra de las opciones que propone Rost para que la experiencia de acceso a la información del usuario sea completa, son las hemerotecas digitales. Esta es una página web en la cual se archivan los diarios en su versión impresa, pudiendo el usuario acceder a verlos cuando desee. Rosario3.com por supuesto no cumple esta característica debido a que es un diario puramente digital.

También se recomienda la presencia de un Mapa del Sitio o *Sitemap*, donde se listan las páginas del sitio web de manera jerárquica, y se ayuda a los usuarios a tener una idea global de dónde están parados. En la imagen se observa el mapa del sitio de Rosario3.com. Allí están listadas solamente algunas de las secciones que posee, ya que resulta evidente que ha quedado desactualizado. Mientras que en el mapa se lista: Home – Último momento – Noticias – Deportes – Ocio – Tecnología – Opinión – Comunidad – Servicios, el sitio en realidad tiene las siguientes secciones: Home – Último momento – Noticias – Deportes – Ocio – Opinión – Comunidad – Educación –

Salud – Videos. Tampoco aparecen en el mapa las secciones Clasificados, Comunidad R3, Fm 97.9 Vida, Frecuencia Plus, Radio 2; ubicadas arriba del logotipo del sitio. Si bien en la imagen no aparecen los links a Radio FM Vida y Frecuencia Plus, si están en la página de inicio. El mapa del sitio tiene como objetivo principal determinar todas y cada una de las secciones que posee la página web. En este caso no se cumple esta característica ya que no se ha actualizado el mapa a la par que se ha actualizado el portal.



En cuanto a los reportajes multimedia, las infografías interactivas, las entrevistas *on line* y las fotogalerías que propone Alejandro Rost para tener un Periódico Digital Interactivo, explica que “deberán atender a las características específicas de cada acontecimiento (según la temática la relevancia para el medio y los recursos

informativos disponibles) y a la disponibilidad de recursos humanos y tecnológicos del medio" (Rost, 2006, p. 438).

Esto significa que si no se cuenta con los medios adecuados, no siempre se podrán llevar adelante las propuestas de Rost. Esto ocurre en cierta medida en Rosario3.com que, a pesar de formar parte de un gran multimedios, no tiene una gran cantidad de recursos asignados exclusivamente a las tareas digitales. De la observación de Rosario3.com se desprende que hace uso de las infografías y de las fotogalerías, pero no de las entrevistas online ni de los reportajes multimedia. Las infografías interactivas son un recurso poco utilizado, principalmente debido a lo que ya se ha explicitado en cuanto a falta de recursos humanos destinados exclusivamente a esta tarea. La única que está disponible, es el especial de la Reforma del Código Procesal Penal, que data de varios meses: está activa desde febrero de 2013, siendo que la observación se llevó a cabo en julio de 2014. Esta infografía resulta interactiva ya que el usuario tiene la posibilidad de elegir diferentes caminos para su lectura, a través de animaciones realizadas en flash que permiten esclarecer cómo es el funcionamiento del nuevo Código Procesal Penal de la Provincia de Santa Fe. Además, cuenta con videos y noticias explicativas y recopilatorias del proceso. A esta fecha, también existía un especial del Mundial de Brasil 2014, que sin embargo no puede ser determinado como una infografía interactiva ya que sólo es una acumulación de noticias relacionadas con un formato diferente. Lo mismo ocurre con un especial del Vía Crucis (de abril de 2014) del Padre Ignacio, el cual está listado como infografía aunque sólo es una noticia con las mismas características que las otras del sitio.

En la imagen se observan estos especiales marcados con una *i* en cursiva, indicando algún tipo de interactividad en ellos, cosa que no es cierta en su totalidad.



El caso del Vía Crucis del Padre Ignacio, el link dirige a una noticia común, a la que se suma una galería de fotos para que el usuario pueda ver de qué se trataba. Las galerías de fotos también son utilizadas en otras ocasiones por Rosario3.com para hechos que resultan de relevancia e interés para la sociedad argentina, para actos políticos importantes (como el acto del Día de la Bandera), entre otros.



Aquí se observa que la infografía del Mundial 2014 es sólo una acumulación de noticias relacionadas con un formato más agradable y accesible para el usuario. Y finalmente, se puede observar la infografía interactiva de la Reforma en el Código Procesal Penal. Los gráficos son atractivos para el usuario, quien además tiene la posibilidad de ir clickeando en diferentes partes de la misma para ir conociendo cuáles son las principales diferencias entre el Código viejo y el actual. También existen links que dirigen hacia una entrevista en video y a las noticias que describen el proceso desde que se comenzó a hablar sobre el Código hasta que se aprobó su reforma. Esta infografía se constituye como interactiva ya que permite elegir al usuario diferentes



rutas para su lectura e ir profundizando en la información a medida que lo desee.



La interactividad comunicativa: el usuario como productor de contenidos

En la interactividad comunicativa, dice Rost (2006, p.233) que el usuario no busca relacionarse con la máquina como en la selectiva, sino que intenta comunicarse con otros. Sin embargo, esto no siempre ocurre de forma deliberada. Lo que debe recalcar es que, en ambos casos el rol del usuario en este tipo de interactividad, muta para convertirse en un usuario activo, capaz de producir contenidos y participar en la construcción de la actualidad del sitio. La interactividad comunicativa puede ser sincrónica o asincrónica. En el primer caso, se da a partir de un intercambio que ocurre en tiempo real, por ejemplo a través de chats o entrevistas *online*. En el segundo, la interactividad ocurre en diferentes momentos, y resulta más comprometida y responsable porque los textos son más largos y meditados, como los que se envían a través de las cartas de lectores o e-mails a la redacción.

La interactividad comunicativa puede medirse en diferentes grados. Un periódico digital que cumpla con los siguientes factores será más interactivo que otros, ya que estas características favorecen la participación activa del usuario (Rost, 2006, p.235):

- Grado de elaboración de los contenidos que se le permite al lector en el menú de opciones interactivas del medio. Muchas veces el usuario participa eligiendo una determinada opción, como en el caso de las encuestas, pero otras veces no tiene consciencia de ello (ranking de las noticias más leídas, por ejemplo).
- Grado de trascendencia pública o visibilidad que pueden llegar a tener los contenidos aportados por el usuario. Depende del espacio que se les otorgue en la página principal del sitio.
- Integración de los contenidos. Los medios pueden relegar a un apartado las noticias enviadas a través del periodismo ciudadano, o pueden incluirlas en la página de inicio a la par de las demás informaciones. Éstas pueden formar parte de los contenidos del medio a través de conexiones hipertextuales.
- Rol del lector. Se pregunta de los roles que los periodistas ocupan en el sitio, cuáles puede ocupar el usuario: si puede ser editor, comentarista, entrevistador, etc.

Para lograr un Periódico Digital Interactivo como el que propone Rost, estos factores deben visibilizarse en diferentes modalidades o herramientas de interacción, como las denomina Lluís Codina (2009, p.40), las cuales son: foros de discusión, chats entre lectores, entrevistas en línea, cartas de lectores, correo electrónico con editores, encuestas, noticias más interesantes, noticias más leídas, posibilidad de enviar la noticia por correo electrónico, publicar tu historia, contactos, blogs para los usuarios, comentarios en las noticias, compartir la noticia en las redes sociales.

Rosario3.com posee una sección dedicada a la interactividad comunicativa con el usuario, que se denomina *Comunidad R3*. La misma se ubica en la sección superior de la página, y dentro de ella se pueden encontrar varios de los factores propuestos por Rost, que luego serán analizados individualmente. En la imagen se observa que la comunidad cuenta con una sección dedicada al *Periodismo Ciudadano*, al *Correo de Lectores*, a los *Blogs a la carta*, a una *Galería de imágenes* que envían los lectores y a los *Tips* para la Comunidad (ver imagen 2).

Por otro lado, también se puede acceder a la Comunidad desde el menú de secciones que está debajo del logotipo de Rosario3.com (ver imagen 1). Si se ingresa desde aquí, las opciones son similares, encontrándose el usuario con *Periodismo Ciudadano*, *Correo de Lectores*, *Mandá tu foto* y los *Foros* y las *Encuestas*, siendo estas dos últimas opciones interactivas que no están en *Comunidad R3*. Schwarzstein explica que ésta fue creada para colocar las posibilidades de participación más importantes para el sitio todas juntas y porque consideran que tener una comunidad virtual es un objetivo en sí mismo:

“Entre otras cosas apostamos a un modelo de comunicación que se está modificando y que para ser parte de lo que viene hay que entrar en ese modelo, que es más horizontal que el anterior y donde hay el mayor nivel de diálogo posible. La idea es no quedar afuera de esto, a veces lo conseguimos y a veces no. Los modelos unidireccionales están apagándose (...) El criterio fue hacer de fácil acceso la participación. Para las encuestas y fotos tenés otras vías de entrada, pero también tienen un lugar donde el usuario entra y encuentra esto. Es simplemente la decisión de agrupar la participación. Hay feedback y es un sistema centrado y regulado, no se publica directamente. Y en general las cosas que están buenas terminan siendo noticia”

A continuación se analizarán todas las opciones interactivas que posee Rosario3.com y las que Rost recomienda para tener un buen Periódico Digital Interactivo.



Imagen 1



Imagen 2

Foros de discusión

Los foros de discusión están planteados en los periódicos digitales como una forma en la que los usuarios pueden plantear sus opiniones y discutir sobre los temas que plantea el medio. En ciertos casos suele existir un moderador, aunque es poco común. Leopoldina Fortunati, investigadora del grupo europeo Cost A20, identificó seis tipos principales de tráfico en los foros: 1) El periodista establece la agenda, los usuarios intervienen y el periodista eventualmente responde. 2) Un moderador controla el foro. 3) Los expertos proporcionan respuestas a determinadas cuestiones. 4) Los usuarios se

comunican unos con otros. 5) Los usuarios se comunican entre ellos y con el periodista. 6) El medio establece la agenda, los usuarios intervienen y hay una moderación anónima.

Esta relación entre los usuarios y el medio puede darse de forma completamente anónima desde las dos partes, o el grado de anonimidad puede ir variando entre: el usuario brinda solamente un *nickname* o apodo, o el apodo junto con su dirección de email, o su nombre real y su correo adjunto. De parte de los moderadores, la participación puede ser anónima o se puede especificar el nombre de los periodistas que intervienen en el hilo de la conversación.

Fortunati y sus compañeros de estudio (Raycheva, Harro-Loit y O'Sullivan) llegan a la conclusión (Díaz Noci, 2006, p.21) de que "más que tratarse de un recurso realmente democratizador, se trata de la espectacularización de la comunicación, y que pertenece más a esta esfera, la comunicativa, que a la política. La presencia de elementos interactivos como los examinados no se traduce en la configuración de una verdadera opinión pública, puesto que la utilización de la interactividad se halla, al menos en los medios examinados, en una fase más bien pre-política".

Esto puede comprobarse al realizar el análisis de los foros para los usuarios que se encuentran en la sección de Comunidad en Rosario3.com. Los entrevistados explican que los foros son una herramienta que le dieron a los programas de televisión y de radio para hacer sus consignas allí. Sin embargo, de la observación se desprende que la escasa participación es, casi siempre, en forma de insultos. A diferencia del ideal que propone Rost de unos foros en los cuales las respuestas son pensadas y razonadas debido a su característica de asincronismo, la realidad está muy lejos de acercarse a esto. Además, ya no son tan comunes como lo fueron hace algunos años, debido principalmente a la presencia de los medios en las redes sociales y a la existencia de los comentarios debajo de las noticias. Es a través de estos canales que la gente decide expresar sus opiniones con respecto a los temas que más les interesan, por ello se puede decir que los foros han quedado un poco obsoletos.

En las imágenes a continuación se puede observar el diseño de los foros utilizados por Rosario3.com y dos temas abiertos con sus correspondientes respuestas (se eligieron dos tópicos que contenían más de una contestación, ya que la mayoría tenía una o ninguna). La disposición de las temáticas a responder por los usuarios resulta bastante tediosa y monótona, ya que están una debajo de la otra en forma de lista, desde la primera hasta la última. Además, el usuario que se encuentre en la necesidad de realizar una búsqueda de un tema en particular, no podrá hacerlo por no contar con un buscador especializado para esto. Los foros podrían estar organizados en grandes grupos para facilitar esta búsqueda, tales como Política, Personajes Famosos, Vida Cotidiana, entre otros. Este sistema, utilizado en la mayoría de los foros en Internet, facilitaría la búsqueda de los tópicos y su organización sería mucho más adecuada. La actualización de las consignas no es constante, los temas aparecen solo de vez en cuando. De la observación se desprende que a esta fecha, los foros existentes estaban todos finalizados.

Según las investigaciones de Fortunati en cuanto a la anonimidad, la participación en los foros de Rosario3.com requiere que los usuarios brinden solamente un apodo para poder enviar sus comentarios. Con respecto a los moderadores, no se constató que estuviesen presentes en ninguno de los hilos de conversación observados, por lo tanto el tipo de tráfico que poseen estos foros es el de una comunicación sólo entre usuarios. En Rosario3.com, según explica Sabrina Ferrarese, no existen personas dedicadas exclusivamente a la moderación pero, en el caso en el que las cosas “se vayan de las manos”, se toman las acciones correspondientes de edición.

En la primera imagen se observa que no hay ningún tipo de moderación aplicada, ya que hay comentarios bastante agraviantes sobre lo que son las creencias de algunas personas (El Gauchito Gil) y no existe intervención por parte del medio. Se observa además, en ambas imágenes, la presencia de temáticas comunes en los usuarios rosarinos que comentan en Internet, que nada tienen que ver con la consigna (el fútbol y la política socialista), cuestión que demuestra una vez más la falta de moderación.

También se observa la falta de diseño en la presentación de los tópicos del foro: las preguntas están subidas en forma de lista, una debajo de la otra. No se colocó la imagen completa en este trabajo para evitar una imagen extremadamente larga que dificultaría la visión y el ordenamiento del mismo. Sin embargo, en la imagen del ejemplo se puede apreciar la lista, que sigue de esa manera hasta la primera pregunta que data del comienzo de los foros en el sitio Rosario3.com. Al momento de realizar la observación se desprendió que los foros estaban finalizados y ningún usuario podía opinar en ellos, motivo que podría explicar también la falta de comentarios en algunos de los tópicos. Si el tiempo que permanecen abiertos es demasiado corto, no se le da la oportunidad al usuario de poder opinar.

Foros Finalizados

- ¿Por qué el Gauchito Gil tiene cada vez más devotos?
- ¿Por qué hay tanta agresión en las redes sociales?
- ¿Cómo te protejés de tus compañeros tóxicos?
- ¿Qué hacés para lograr el equilibrio físico y mental?
- ¿Cuál es tu remedio casero más efectivo?
- Ser popular, ¿se nace o se hace?
- ¿La distancia mata a la pareja?
- ¿Crees que la televisión necesita de Tinelli?
- ¿Qué opinás de las peleas de los famosos, sus ees y sus hijos?
- ¿Qué hacés con tu mascota cuando te vas de viaje?
- ¿Que hacés para cambiar tu suerte?
- ¿Hay que enfocarse para ir al gimnasio?
- ¿Qué hiciste por amor?
- ¿Crees que la Xipolitakis es sincera o egocéntrica?
- ¿En qué cosas ahorrás más?
- ¿Las dietas de invierno cuestan más? ¿Por qué?
- ¿Crees que los gatos negros traen mala suerte?
- ¿Por qué la infidelidad crece en las parejas?
- Romance en el trabajo: ¿viste alguna historia?
- ¿Qué cosas te hacen sentir un bobito? ¿Como te ven te tratan?
- ¿Cuáles son los encantos de las mujeres de 40?
- ¿Crees que ayudan las marchas contra el narcotráfico?
- ¿Los candidatos famosos le suman a la política?
- Diego y sus parejas, ¿una historia sin fin?
- ¿Cómo mantenés la pasión en tu pareja?
- ¿Puede haber amistad y roce?
- ¿Qué te comprarías con 800 mil dólares?
- ¿Qué mensaje querés dejarle a los padres?
- ¿Te da culpa decir NO?
- ¿Cómo te llevás con tus vecinos?
- ¿Crees en las almas gemelas?
- ¿La fama y el poder hacen más atractivos a las personas?
- ¿Qué cosas te causan risa?
- ¿Los besos apasionados pasaron de moda?
- ¿Por qué creés que Diego le prohibió a Cjeda mostrar su hijo?
- ¿Cómo te afecta no dormir?
- ¿Qué es lo que más recordás del Negro Fontanarosa?

¿Por qué el Gauchito Gil tiene cada vez más devotos?

Este tema ha sido cerrado

Opiniones

Total: 10 (Página 1 de 1)

Berta
7/8/2013 | 19:00

PORQUE LOS SOCIALISTAS SON TAN LADRONES Y MENTISOROS ?

Mahuel
7/8/2013 | 18:57

El Gauchito Gil es un reflejo de la soledad. Un borracho y delirante que hizo un milagro, y si Dios quiso que fuera así no hay motivo para que las personas se enojen con él. Pero acordemonos de aquel que dió la vida por nosotros, el amado y eterno GOKU (Kakarotto). Ya estaremos contigo y Shan long recomendando el cielo.

Netalia
7/8/2013 | 18:17

Yo prefiero seguir al Creador, y no ha su creación. Dios fue el único que logró un cambio verdadero en mí. Juan 14:6 "Jesús le respondió:
—Yo soy el camino, la verdad y la vida. Sin mí, nadie puede llegar a Dios el Padre."

Javier
6/8/2013 | 19:23

No soy creyente pero considero que a veces la gente necesita creer en algo. Y lamento que haya tantos rosarinos infelices pues que no se compartan las creencias no significa que uno sea ignorante o analfabeta. Los básicos son ustedes que le tienen miedo a la diversidad

Noticias más leídas

- 1 Otra vez el viento: la cota de Antonella Rocuzzo al aire
- 2 Eliana Guendo, a las piñas en una peluquería
- 3 La no nota de Maradona: una foto y a la fama
- 4 Álvarez, revolucionado por el hallazgo de restos de un gliptodonte

¿Qué cosas te hacen sentir un boludo? ¿Como te ven te tratan?
Este tema ha sido cerrado

Opiniones

Total: 6 (Página 1 de 2) << > >> 1 ▼

luis 28/6/2013 07:58	SER DE NEWWELS
caru 27/6/2013 12:23	que le palmeen la espalda y cunado no les convenís se dan vuelta como panqueques.
WAFLE 27/6/2013 11:51	QUE YO LE COMPARTO A TODOS Y ELLOS A MI NO
WAFLE 27/6/2013 11:51	QUE YO LE COMPARTO A TODOS Y ELLOS A MI NO
FLORENTINA 27/6/2013 11:46	VER QUE EL GOBIERNO NOS TRATA COMO UNOS BOLUDOS .YEL TOTAL DE LA GENTE CUANDO VEN QUE UNO ES BUENO TAMBIEN .ES TRISTE QUE CUANDO VEN QUE TENEMOS BOLUNTAD TAMBIEN .Y LOS MARIDOS MAS DE UNO HACEN COSAS DE TRAS DE LAS ESPOSA Y TAMBIEN LA TRATA DE BOLUDA EL SEER BOLUDO ES TRISTE ES MALTRATO PSICOLOGICO SABIAN
FLORENTINA 27/6/2013 11:46	VER QUE EL GOBIERNO NOS TRATA COMO UNOS BOLUDOS .YEL TOTAL DE LA GENTE CUANDO VEN QUE UNO ES BUENO TAMBIEN .ES TRISTE QUE CUANDO VEN QUE TENEMOS BOLUNTAD TAMBIEN .Y LOS MARIDOS MAS DE UNO HACEN COSAS DE TRAS DE LAS ESPOSA Y TAMBIEN LA TRATA DE BOLUDA EL SEER BOLUDO ES TRISTE ES MALTRATO PSICOLOGICO SABIAN

Total: 6 (Página 1 de 2) << > >> 1 ▼

Chats entre lectores

El *chat* es una forma de comunicación simultánea a través de una aplicación dispuesta en un sitio web entre usuarios de Internet que permite que todos los que estén conectados puedan opinar de diferentes temas. Tiene como características la inmediatez y fugacidad de los mensajes, las intervenciones de los usuarios son breves y desordenadas, y el objetivo generalmente es distenderse y pasar un rato relacionándose con otros usuarios. Suele generar desconfianza debido a que los individuos que participan en el mismo casi nunca utilizan sus nombres reales, sino que deben establecer un *nickname* para poder chatear. Esta anonimidad provoca conversaciones en las cuales los usuarios no suelen medirse en lo que dicen y en muchos casos se da paso a los insultos y agresiones.

En los medios, las salas de *chat* son utilizadas para fomentar la discusión y la interacción entre los lectores y algunas veces puede comportarse como un barómetro para medir las corrientes de opinión predominantes entre los usuarios (Machado Gonçalves, 2000, p. 217). En Rosario3.com no existe un *chat* interactivo para los usuarios, pero tampoco está en la mayoría de los medios actuales. Esto ocurre así debido a la masificación de la plataforma de *chatMessenger* de Microsoft, primero, y luego con la aparición de *Facebook*, red social que permite el chat entre sus contactos.

Entrevistas online

Las entrevistas online son una forma de *chat* pero con características esenciales que permite aprovechar las potencialidades del formato. La diferencia es que se centra en un personaje invitado por el medio que es entrevistado por los lectores. También participa un periodista moderador que luego ordena y edita la entrevista. (Rost, 2006, p.247)

Esta forma de entrevistar es sincrónica, es decir que ocurre en tiempo real entre el emisor y el receptor. En ella, el sitio anuncia que realizará una entrevista a una persona en un determinado día y hora (generalmente un personaje famoso) y los usuarios se conectan en ese momento para enviar las preguntas que quieren realizar. Generalmente hay un periodista moderador que elige las preguntas para que el entrevistado responda, ya que si es una persona muy popular puede llegar a haber una gran cantidad de ellas. Finalmente, la entrevista se edita y ordena y es publicada en el sitio. Suele ser un poco más formal que el chat entre usuarios únicamente, y es una buena herramienta interactiva que permite a los usuarios ocupar el rol de los periodistas.

Existe otra manera de realizar entrevistas online, pero de manera asincrónica. Esta forma se da a través del correo electrónico y suele utilizarse cuando periodista y entrevistador viven en ciudades diferentes y por algún motivo no se desea o no se puede hablar por teléfono. En esta forma de entrevista online el usuario no participa, por lo tanto no se constituye como interactiva.

En Rosario3.com no se ha constatado la utilización de entrevistas online sincrónicas, ya que no poseen una plataforma para poder realizarlas. La ventaja que otorga la realización de estas entrevistas es un mayor grado de interactividad comunicativa, que se dará "cuando el lector pueda ocupar distintos roles en la construcción de la actualidad (reportero, cronista, entrevistador, editor, comentarista y editorialista) y tenga un menú de opciones que le permita un buen grado de elaboración de contenidos, con trascendencia pública y que estén bien integrados a los contenidos de actualidad que circulan en el medio". (Rost, 2006, p.372).

Cartas de lectores

Las cartas de lectores no constituyen ninguna novedad, ya que existen desde la aparición de los primeros periódicos impresos. Se utilizan cuando un lector quiere hacer un comentario sobre algo aparecido en un medio de comunicación escrito, presentar su punto de vista sobre un asunto de interés general, realizar algún pedido o solicitud de carácter público a alguna institución o llevar a cabo una denuncia. En los diarios impresos, aparecen en una sección especial de la publicación dedicada a las mismas.

En la actualidad, los periódicos digitales cuentan en su mayoría con una sección destinada a la publicación de los textos enviados por los usuarios. La ventaja es que no hay límite de espacio como ocurre en los diarios impresos, y además, es uno de los espacios de mayor visibilidad que se le ofrece al lector para poder expresarse libremente sobre el tema que desee (Rost, 2006, p.248). De acuerdo a la observación que se realizó de otros grandes diarios digitales argentinos, se desprendió que portales

de noticias como La Nación Online, Clarín, Página y Rosario/12, La Voz del Interior de Córdoba y La Capital de Rosario poseen secciones destinadas al correo de lectores. Sin embargo, al tratarse de portales que tienen también su versión impresa, las cartas que aparecen en los sitios son las publicadas en el diario en papel. La diferencia entonces es grande, ya que las cartas elegidas están mejor redactadas y se evidencia que han sido elaboradas y meditadas previo a su envío.

Rosario3.com posee una sección destinada a publicar el Correo de lectores que solamente pueden enviar aquellos usuarios que estén registrados en el sitio. El usuario debe colocar necesariamente su nombre, apellido y número de documento para poder remitir el texto a Rosario3.com. En la imagen se observa además que se advierte a los usuarios sobre la moderación de los contenidos y se ofrece una dirección de e-mail para consultas que se puedan llegar a tener. Una vez ingresado con su nombre de usuario al sitio, la persona puede escribir la carta en el espacio destinado a "Descripción" y la misma puede tener el largo que desee. En el recuadro "Tema" se

el
carta
hará



Complete formulario

Su firma: Ana

Tema:

Descripción:

Para poder participar de nuestro correo de lectores debe ser un usuario registrado de Rosario3.com. Si quiere registrarse [click aquí](#), si olvidó sus datos haga [click aquí](#). La información enviada será evaluada antes de ser publicada. No se aceptarán cartas que puedan significar una injuria a un tercero.
Para consultas: editar@rosario3.com

Enviar

explicitará
título de la
y, al
finalizar la
misma se
clic en
"Enviar".

En esta otra imagen se puede observar una captura de pantalla que muestra la organización y el diseño de las cartas enviadas por los lectores. Se comprueba que las mismas tienen cualquier tipo de extensión y que no existe un control en cuanto a esto. Si hay moderación en cuanto al contenido de los comentarios, no pudo ser constatado, pero se desprende de la observación que ninguno de ellos contiene insultos ni agravios a terceros. Cabe resaltar que el número de cartas publicadas son solamente 71, por lo que evidentemente no están completas desde el inicio del sitio.

Correo electrónico con los editores y periodistas

A veces, los periodistas publican su dirección de e-mail junto a las noticias que escriben o en la sección de "contacto" del sitio, para permitir una comunicación ágil y directa con los usuarios. También puede ocurrir que se brinde un único correo general para toda la redacción.

La ventaja de esta propuesta es el fomento de la cercanía editorial entre los usuarios y los periodistas, la participación de los lectores en la creación de la noticia y la posibilidad que pueden llegar a tener de aportar datos valiosos para corregir o confirmar una información. Las desventajas de publicar las direcciones de *e-mail* de los periodistas están relacionadas con el mal uso de esta herramienta, a través de la cual podrían recibir noticias falsas, *spam*, y hasta insultos de cualquier tipo. Además, la falta de tiempo de los periodistas hace que muchas veces no puedan ejercer el control necesario de estas cuentas de *e-mail*.

Rosario3.com eligió brindar únicamente un correo general para comunicarse con los usuarios. El mismo es editor@rosario3.com y puede encontrarse en la sección de contactos al final de la página. Damián Schwarzstein explica que si los periodistas desean brindar una dirección personal de *e-mail*, recae en cada uno de ellos hacerlo. Se pudo comprobar a través de la observación que ninguno lo hace, así como tampoco es común que se firmen las notas publicadas, salvo las que son de opinión o columnistas especiales. En este caso, sólo se comprobó que una de las periodistas (Feni Rubio) publicaba su dirección de Twitter como modo de contacto.

En la imagen se puede ver la sección en la cual se encuentra la dirección de contacto de la edición de Rosario3.com, resaltadas en rojo.



Encuestas

Las encuestas son una de las opciones interactivas más utilizadas en los sitios web (Rost, 2006, p. 249). Los usuarios deben contestar una pregunta entre dos, tres o más opciones a través de un simple clic. La facilidad en la utilización de las encuestas genera una participación masiva por parte de los usuarios. Las encuestas además sirven para brindar una instantánea de lo que está ocurriendo en determinado momento con respecto a la temática que se pregunta. Sin embargo, no pueden ser tomados como una representación estadística correcta, ya que "las opciones cerradas pueden no contemplar la verdadera opinión de los lectores e incluso pueden conducir a engaño, son reduccionistas y generalmente surgen en forma descontextualizada, no se conocen las verdaderas motivaciones de las opiniones" (Rost, 2006, p. 250). Sabrina Ferrarese explica sobre las encuestas en Rosario3.com:

La encuesta va cambiando y tiene que ver con temas en boga. Es como el huevo y la gallina, lo que el medio establece como prioritario es sobre lo que habla la gente, o al revés. La encuesta viene a ser un interrogante al que lee la página, lo que le importa al usuario, siempre sobre un tema que esté en agenda.

Las temáticas de las encuestas que publica Rosario3.com son de lo más variadas, pero, como explica Ferrarese, siempre están relacionadas con alguna cuestión actual que tenga relevancia en la sociedad. Las encuestas tienen como objetivo la participación masiva por parte de los usuarios, por lo tanto, la pregunta suele apuntar a cuestiones polémicas o que afectan a grandes sectores de la población. Algunos de los ejemplos que se observan en la imagen tienen relación con decisiones municipales que implican cambios con los que la gente puede o no estar de acuerdo y que suscitan divisiones, como "¿Estás de acuerdo con prohibir que la Municipalidad lance fuegos artificiales?", "¿Los comercios deben cerrar los domingos para el descanso de los empleados?" o "Si el taxi aumenta, ¿lo seguirá usando como medio de transporte?". Muchas de las consignas también tienen que ver con el fútbol rosarino, de una fuerte implicancia en la ciudad, por ejemplo: "¿Cuál fue la figura del título leproso?" y "¿Estás de acuerdo con la contratación de Russo?". Otra de las temáticas a las que apuntan desde Rosario3.com tiene que ver con la vida personal y cotidiana de las personas, cuestiones a partir de las cuales votan masivamente por la cercanía que genera la pregunta. Este es el caso de "¿Hacés dieta ahora que se viene el verano?", "¿Compartís que vivir con los suegros genera daños al espíritu?", entre otras.

En la imagen también se puede observar que el diseño para la organización de las consignas es el mismo que en los foros, lo que, como ya se explicitó, provoca dificultades para la búsqueda de alguna pregunta en particular y para la correcta visualización de las mismas.

Ti: 2° ST: 33 N 46° W

INMOBILIARIA | REGISTRAR | CITEO/Inmobiliaria | CITEO/INMOBILIARIA | CITEO/INMOBILIARIA | RADIO

rosario3.com

Jueves 19 de diciembre de 2013 18:50 Hs.

ULTIMO MOMENTO · NOTICIAS · DEPORTES · OCIO · OPINION · COMUNIDAD · EDUCACION · SALUD · VIDEOS ·

Iniciadas

- ¿Estás de acuerdo con prohibir que la Municipalidad lance fuegos artificiales? [Responde Ahora](#)
- ¿Los comercios deben cerrar los domingos para el descanso de los empleados?
- ¿Estás de acuerdo con la designación de Bertic como DTIpresso?
- ¿Cuál fue la figura del título lejano?
- ¿Cuál fue la figura del ascenso canala?
- ¿Hay que cambiar el sentido de la costanera?

Finalizadas

- ¿El tamaño importa?
- ¿Te parece bien que sólo se use la tarjeta sin contacto para viajar en colectivo?
- ¿Qué le parece el proyecto que impulsa que se vote desde los 16 años?
- ¿Cuál es el jugador que más te gustó en el arranque?
- ¿Cuál es el jugador que más te gustó en el arranque?
- Si el taxí aumentó, ¿lo seguirá utilizando como medio de transporte?
- ¿Estás de acuerdo con que se prohíba fumar mientras se maneja como proponen en Córdoba?
- ¿Estás de acuerdo con que la pastilla del día después sea de venta libre?
- ¿Estás de acuerdo con la contratación de Russo?
- ¿Qué línea es prioritario reforzar?
- ¿Tiene razón Moyano en hacer paro?
- ¿Tenés pensado viajar estas vacaciones de invierno?
- ¿Tenés un teléfono inteligente?
- ¿Considerás que Rosario tiene chances de ser sede de los Juegos Panamericanos 2019?
- ¿Qué opinas del spot del gobierno que vincula Malvinas con los Juegos Olímpicos?
- ¿Estás de acuerdo con la reestatización de YPF?
- ¿Considerás atractivo el desembarco del Super TC2000 en Rosario?
- ¿Quién es la figura de esta campaña?
- ¿Cuál es el punto más alto en el Clausura?
- ¿Te vedas la opción de cambiar de compañía de celular y mantener el número?
- ¿Qué jugador merece ser titular?
- ¿Qué dupla central ofrece más seguridad?
- ¿Tenés planeado viajar en los próximos fines de semana largos?
- ¿De qué jugador esperás más en esta Clausura?
- ¿Qué jugador aprovechó mejor la chance ante Gimnasia?
- ¿Cómo evaluás el funcionamiento de los camiles exclusivos?
- ¿Quién es el mejor anillo que va de 2012?
- ¿Qué línea se mostró más firme en el inicio del torneo?
- ¿Cuáles son los dos principales candidatos al ascenso?
- ¿Qué jugador te gustó más en el arranque de la temporada?
- ¿Qué jugador te gustó más en el arranque de la temporada?
- ¿Cómo ves a Newell's para el Clausura?
- ¿Cómo llega Central al inicio de la temporada?
- ¿Cuál será el relevo canalla más valioso?
- ¿Qué puestos necesita reforzar Newell's?
- ¿Cómo te llevás con el verano?
- ¿Cómo pensás que te va a ir en 2012?
- ¿Quién debe ser el nuevo técnico?
- ¿Qué puestos necesita reforzar Central?
- Verá tu video favorito del concurso "Yo también amo Rosario"
- ¿Qué red social utilizás más?
- ¿Te vas de vacaciones este verano?
- ¿Qué opina del proyecto de ley que busca despenalizar el aborto?
- ¿Compartís que vivir con los suegros "panera daños al espíritu"?
- ¿Te parece Cagno un buen técnico para levantar al equipo?
- ¿Te parece bien que no se venda nafta a los motociclistas sin casco?
- ¿Quién te gusta de los candidatos aún en pie para suceder a Torrente?
- ¿Quién debe ser el reemplazante de Torrente?
- ¿Hacés dieta ahora que viene el calor?
- ¿Cómo calificás el servicio de colectivos de Rosario?
- ¿Estás de acuerdo con que se obligue a usar auriculares a quienes escuchan música en el colectivo?
- ¿Estás interesado en el decodificador para la TV digital?
- ¿Cómo calificás el servicio de taxi en Rosario?
- ¿Se tiene que restringir el acceso de vehículos particulares al microcentro?
- ¿Estás de acuerdo en que se impriman billetes de 500 pesos como pide Meudermann?
- ¿Estás de acuerdo con darle preservativos a los chicos desde el último año de la primaria?
- ¿Creés que Sabella es un buen técnico para la selección argentina?
- ¿Cómo creés que le va a ir a Newell's este torneo?
- ¿Cómo creés que le va a ir a Newell's este torneo?
- ¿Cómo creés que le va a ir a Central este torneo?

Noticias más leídas

- 1 Los cortes preventivos de luz se concretarán con 3 horas de antelación
- 2 Silencio de radio: murió Noelia Chialvo
- 3 Martino se va del Barcelona antes del Mundial?
- 4 Rosario violenta: cinco baleadas y apuñalados en tres horas
- 5 Cómo ahuyentar los mosquitos sin usar la mano

Pack Básico

- Dos sectores del centro afectados por cortes de luz
- Capitanich: "Si las empresas no pueden cumplir, el Estado lo hará"
- Desbaratan banda que robaba en entredores
- Otros 32 procesados por saqueos en V.G. Gómez
- Costa quiere prohibir que la Municipalidad use fuegos artificiales

BLOGS A LA CARTA

[NOTICIAS RSS](#) [BIBLIOMUNDO.com](#)

En estas imágenes también se puede ver dos ejemplos de encuestas ya finalizadas en Rosario3.com. La primera, al ser de temática más polémica (la sociedad estuvo fuertemente dividida en cuanto a cerrar los comercios los domingos y esto se comprueba también en el resultado) tiene una gran cantidad de votos, 5323. La otra, al

ser menos relevante para los rosarinos, tiene solo 85. Esto demuestra que la elección de la consigna está fuertemente relacionada con la cantidad de personas que participarán de la encuesta.

Cabe resaltar que las encuestas que todavía no están finalizadas no tienen un espacio visible en la *home page*. Se observó que apenas se crea la consigna, se le reserva una ubicación en la parte superior de la página principal, pero luego de un corto tiempo es retirada. Para encontrarla, el usuario debe acceder a la sección *Comunidad*, y allí, a *Encuestas*.



Noticias más interesantes y noticias más leídas

La función de *Noticias más interesantes*, como lo dice su nombre, permite a los usuarios votar cuáles son las noticias que consideran más interesantes en una escala que puede ir del 1 al 3 o del 1 al 5. Rost recomienda que este listado esté en la portada, ya que de esta manera el usuario puede elegir leer entre una *home page* construida a partir de sus intereses o leer la *home page* automática. Con esta característica, su rol en la construcción de la noticia será más interactivo y su participación más activa. Sin embargo, esta opción puede generar que las noticias seleccionadas pertenezcan siempre a una misma categoría o temática y que el usuario termine leyendo siempre lo mismo y se pierda de otras noticias importantes. Las *Noticias más interesantes* no se encuentran disponibles en Rosario3.com, ya que no se puede realizar una votación de cada una de las noticias en particular que permita crear una portada con contenido personalizado para el usuario. Lo que sí ofrece Rosario3.com es el *Pack Básico*, un conjunto de noticias que, si bien son definidas por la editorial, invita a los lectores a tener una idea generalizada de las noticias más importantes del momento. El criterio de selección de las noticias que aparecen en el *Pack Básico* tiene que ver con la importancia y la inmediatez de las mismas, ya que van cambiando a medida que se actualizan las noticias pero solamente se eligen aquellas de impacto y relevancia para la sociedad.

Como se observa en la imagen, el *Pack Básico* está ubicado al final de la portada del sitio, junto con otras opciones interactivas, las *Noticias Más Leídas* y *Mandá Tu Foto*. En este caso se puede observar que las noticias elegidas para esta sección difieren bastante de las más leídas por los usuarios, lo que determina que el criterio editorial a veces está alejado de lo que eligen los lectores. En este caso, las noticias pertenecen a secciones como Ciudad y Región, Nacionales, Policiales e Internacionales, mientras que las *Noticias Más Leídas* tienen más relación con el mundo del espectáculo, los deportes y la ciudad. Dice Sabrina Ferrarese:

Como cronista (las noticias más leídas) son un termómetro, se toma la temperatura de lo que le interesa a la gente. Muchas veces te das cuenta que no acuerda con tus propios intereses. El criterio periodístico muchas veces no coincide con lo que piensan los usuarios, uno se ve obligado a tener este criterio. No podés seguir el criterio del usuario porque si no publicaríamos cualquier cosa. Pero lo usamos como indicador, sabemos que lo más leído son las notas de color, la desnudez, el sexo, los exabruptos, la desgracia ajena, el morbo. Sin embargo, el que lee estas notas también lee otras más intelectuales.

Las declaraciones de Sabrina Ferrarese se comprueban con el ejemplo de la imagen, ya que las noticias varían entre notas que tienen que ver con el morbo y el sexo (*“Se filtraron fotos íntimas de Lavezzi y su novia”*) y notas más delicadas como *“No hay escuela que enseñe a vivir con este dolor”*, relacionada con el aniversario de la tragedia de Salta 2141.

The image shows a website layout with two main columns of news. The left column, titled "Pack Básico", contains five news items with red arrow icons. The right column, titled "Noticias más leídas", contains five news items with red number icons. To the right of the "Noticias más leídas" column is a section titled "NUESTROS LECTORES Con mis amigos" which includes a photograph of a group of people and a red button labeled "ENVIAR". At the bottom of the page, there is a footer with the "iab" logo, contact information, copyright notice for Rosario3, and the "alektra.com" logo.

Enviar por correo electrónico la noticia o compartirla en redes sociales

Esta modalidad permite que los usuarios puedan enviar la noticia por correo electrónico o compartirla en redes sociales a través de un botón. Rosario3.com no tiene la posibilidad de enviar la noticia por e-mail, sin embargo puede compartirse en las redes sociales en las que el portal está presente, *Facebook*, *Twitter* y *Google +*.

En la imagen puede observarse que los botones se encuentran ubicados arriba de la noticia e informan también cuántas veces ha sido compartida la misma en cada una de

las redes sociales. En este caso, se compartió 39 veces en *Facebook* y ninguna vez en *Google +*.



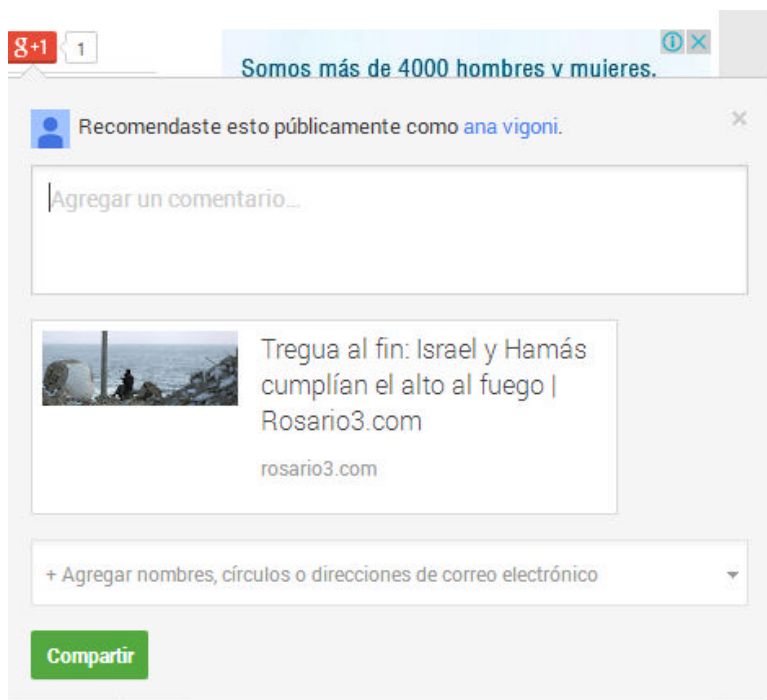
Al *clickear* compartir en Facebook, se abre una ventana nueva en la cual aparece un recuadro para escribir el texto que el usuario desee y luego un enlace hacia la noticia. El enlace consta de una pequeña imagen, el título de la misma y la bajada, conjuntamente con el nombre de Rosario3.com. También existe la opción de *clickear* en “*Me gusta*”, donde automáticamente se cumplirá esta función en la noticia publicada en el Facebook de Rosario3.com.



Al darle clic en “*Tweet*”, se desplegará también una ventana pop up la cual ofrece la posibilidad de modificar el texto a tuitear. Por *default*, aparece el título de la noticia junto con el enlace a la misma.



Finalmente, se ofrece la opción de publicar la noticia en el menos popular *Google +*. En este caso, se despliega un recuadro al lado del icono *G+1* y se ofrece la misma posibilidad que en el caso de *Facebook*: se puede agregar texto adicional y se posteará un enlace a la noticia que consta de la imagen en miniatura, el título de la misma y el nombre del sitio, aunque en este caso no está presente la bajada.



Este apartado merece una mención a Rosario3.com y su presencia en las redes sociales. Éstas aparecen a partir del año 2003, pero no es sino desde el 2008 que comienzan a tomar verdadera importancia en la sociedad. Desde ese entonces, las empresas en general las ven como “un escenario de negocio que empieza a ser estudiado e incorporado por los responsables de marketing de las principales compañías como un nuevo soporte a tener en cuenta en el diseño de sus estrategias de comunicación” (Túñez López, 2012, p. 221).

Explica Túñez López que el atractivo principal que poseen las redes sociales es su gratuidad: las organizaciones pueden ponerse en contacto directo con los consumidores sin pagar un centavo, difundiendo sus productos o servicios. A la vez, los usuarios generan, comparten y consumen esta información. En una época de crisis de los medios impresos, en la cual los jóvenes principalmente eligen leer y compartir noticias a través de Internet, las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* aparecen para propagar la información y generar participación de la sociedad en los medios. Las empresas periodísticas son conscientes de que la red se consolida como un nuevo escenario para las comunicaciones y quieren estar presentes en ella.

Las redes sociales constituyen un modo de comunicación multidireccional, en el que todos se comunican con todos y los medios las utilizan para difundir las noticias a todos los usuarios de manera *online*. Se intenta lograr una *viralización* de las mismas: “esto consiste en la difusión rápida y masiva de un mensaje a través de internet promovido por la organización y realizada por los propios usuarios” (Túñez López, 2012, p.223). Cuanto más se comparta una noticia en *Facebook* o más se retuitee en *Twitter*, mayor será la visibilidad del medio y su difusión.

Rosario3.com está presente en tres redes sociales: *Facebook*, *Twitter* y *Google Plus*. Debido a la poca popularidad y penetración que ha logrado la red de Google, la actividad que se desarrolla en esta es muy escasa. Solamente cuenta con 280 seguidores y se publican noticias en la misma muy esporádicamente. Por este motivo, el análisis se centrará en *Facebook* y *Twitter*, cuentas en las que poseen 154.647 “Me gusta” y 56.300 seguidores respectivamente (datos al 07/08/2014).

Facebook

Rosario3.com es el diario puramente digital de la ciudad que más seguidores tiene en *Facebook*. Por ejemplo, sitios como ON24 y Rosario.com tienen sólo 7 mil seguidores y 300 cada uno. Esto demuestra que la influencia del portal en esta red social es bastante amplia. En la imagen se muestran estadísticas relacionadas al tráfico del sitio:

- Casi 8 mil personas están hablando del portal en su propia página de *Facebook*
- Hubo 663 nuevos “Me gusta” en la semana (32% menos que la semana anterior)
- Grupo de edad de los usuarios: entre 25 y 34 años.



Los entrevistados explican que la presencia del portal en *Facebook* se debe principalmente al gran atractivo que brinda la fácil difusión de las noticias lo que implica publicidad gratuita. Schwarzstein explica:

Si captaste a alguien por recomendación en *Facebook*, esta página a la que entra la persona debe funcionar como una mini home o una puerta para entrar a más noticias. Los jóvenes no entran directamente a los sitios, todo su consumo es a través de las redes. Consumen noticias pero a través de las redes. Si alguien en quien yo confío recomienda una nota, yo confío y entro.

Debido a que el público del sitio es mayoritariamente joven (como se comprueba en las estadísticas), Rosario3.com elige apostar a las redes sociales como forma de estar presente en una plataforma altamente popular en esa franja etaria de la sociedad.

Lo primero que se observa al ingresar en la *home* de la cuenta de Rosario3.com es que el objetivo principal es la publicación de las noticias del sitio y nada más. Las pestañas están compuestas por la *Biografía*, parte del sitio donde se postean las noticias; la *Información*, que contiene datos para el contacto con el portal; las *Fotos*, donde se suben las imágenes vinculadas a las noticias y *Me Gusta*, la sección destinada a las estadísticas comentadas anteriormente. Esto puede verse en la imagen a continuación. No existen pestañas destinadas a otras funciones interactivas, como la existencia de foros exclusivos de *Facebook*, promociones, concursos, secciones destinadas a especiales, eventos, notas, galerías de imágenes o la vinculación a la cuenta de *Twitter* del portal, como ocurre en el caso del Diario La Capital.



Túñez López (2012, p.224) recomienda que la presencia de los medios en Facebook no sólo tiene que estar relacionada con la publicación de noticias, si no que se deberían poder personalizar los contenidos, aportar enlaces o material diferente a la información del sitio y activar recursos en las pestañas como los mencionados anteriormente. Además, el autor explica que es necesario “fomentar la participación de la audiencia y el reenvío de las informaciones a otros usuarios, promover el retorno hacia la web central, e iniciar la conversación (fomentar respuesta) y mantenerla (conversar, responder también)”, cuestiones que no siempre se cumplen en los periódicos digitales. En el caso de Rosario3.com esto tampoco ocurre, ya que no se genera proactividad: en ningún momento se registró que los moderadores del sitio invitaran a los usuarios a participar con comentarios a través de una simple pregunta o consigna, lo que no crea una comunicación interactiva. En el “Decálogo del buen uso de Facebook” que propone Túñez López (2012, p. 225) se insta además reforzar la pertenencia al grupo a través de las promociones y los concursos, cuestión que grandes diarios como La Nación y Clarín llevan a cabo, pero no Rosario3.com. En la imagen se puede observar un ejemplo de la *home* de la cuenta del portal, donde se visualiza la falta de proactividad y la inexistencia de estos sorteos que recomienda Túñez López. La página es simplemente una reproducción de todas las noticias que son publicadas en el sitio, con el agregado de una intervención breve previa al enlace que dirige a la noticia en el sitio.

En este caso se tomaron tres noticias a modo de ejemplo demostrativo por cuestiones de espacio:

1. *“Evacuaron el Normal 1 por un principio de incendio”*, cuyo comentario es “Los chicos del Normal 1 esperaban en la plaza”
2. *“Nacho Scocco está habilitado para jugar ante Boca”*, el comentario es “Nacho habilitado, la lepra feliz!”

3. “Once detenidos en diez allanamientos en zona sur”, el comentario es “Doscientos efectivos de Gendarmería Nacional y de la policía provincial realizaron un gran operativo en la zona Sur de Rosario este jueves por la mañana”.

Los textos utilizan un lenguaje breve y conciso, además de coloquial, lo que refuerza la cercanía con los usuarios. Sin embargo, como ya se mencionó, no se fomenta la participación de los usuarios con consignas ni se generan debates.

Los ejemplos fueron posteados todos en un corto intervalo de tiempo: el primero “Hace 21 minutos”, el segundo “Hace 22 minutos” y el tercero “Hace 26 minutos”, lo que da la pauta que la actualización de las noticias en esta red social es bastante seguida. Cabe destacar que la publicación de las noticias ocurre dentro de los horarios en los cuales está trabajando la persona que hace las veces de *CommunityManager* en Rosario3.com. Dice Schwarzstein que esta persona, además de hacer su labor de cronista y redactora, está afectada a las redes sociales. Sin embargo, cuando su turno de trabajo termina, cualquiera de los trabajadores puede dedicarse a esto, incluido el editor. Aquí se evidencia que no existe un puesto de *CommunityManager* fijo en Rosario3.com, labor que tampoco está bien definida en la figura de esta persona determinada, ya que la única tarea que se lleva a cabo es la de subir las notas y escribir los comentarios previos a las mismas. Es importante aclarar que tampoco se realiza ningún tipo de moderación sobre los comentarios de *Facebook*, ni se responde a consultas o peticiones que los usuarios pudiesen efectuar en la página.

En cuanto al tipo de noticias que se publican en *Facebook*, Schwarzstein explica que el criterio es el de “servicio y de interés”, es decir que postean casi todas las noticias que aparecen en el sitio debido a que desean que los usuarios estén informados en todo momento a través de las distintas plataformas que ofrece el portal para poder hacerlo. Las noticias que quedan afuera son muy pocas según los entrevistados y, según la observación, todas las noticias que se publican en el sitio aparecen en *Facebook*.

2050 HTL

Vuélvete a sus amigos a indicar que les gusta esta página

INFORMACIÓN

en línea · [editar más datos de Rosario3](#) · [tu perfil](#)

<http://www.rosario3.com>

[Seguir cambios](#)

FOTOS

#SALTA 2141 AÑO

PUBLICACIONES DE LA PÁGINA

Justicia por Hasi Mujari
Hoy a las 14:32 · [👍](#)

<http://www.facebook.com/701802718538250/photos/732274468502882>
1073741828 701802718538250 732274468502882

[Me gusta](#) · [Comentar](#)

Justicia por Hasi Mujari
Hoy a las 13:39 · [👍](#)

<http://www.facebook.com/701802718538250/photos/732274468502882>
1073741828 701802718538250 732274468502882

[Me gusta](#) · [Comentar](#)

Silvia Matamoros
Hoy a las 9:45 · [👍](#)

<http://www.facebook.com/701802718538250/photos/732274468502882>
1073741828 701802718538250 732274468502882

[Me gusta](#) · [Comentar](#)

Justicia por Hasi Mujari
Hoy a las 13:59 · [👍](#)

<http://www.facebook.com/701802718538250/photos/732274468502882>
1073741828 701802718538250 732274468502882

[Me gusta](#) · [Comentar](#)

Silvia Matamoros
Hoy a las 9:45 · [👍](#)

[Jjwaxxvokent](#)

[Me gusta](#) · [Comentar](#)

LE GUSTA A ESTA PÁGINA

Frecuencia Plus [Me gusta](#)

Jjwaxxvokent

[Me gusta](#) · [Comentar](#)

LE GUSTA A ESTA PÁGINA

Frecuencia Plus [Me gusta](#)

De12x14 [Me gusta](#)

Rosario3 · [compartir un enlace](#)
Hace 21 minutos · [👍](#)

Los chicos del hombre 1 esperaban en la plaza



[Encusaron al hombre 1 por un presagio de incendio | Rosario3.com](#)
www.rosario3.com

Encusaron al hombre 1 por un presagio de incendio. El hecho por el cual de los chicos a pensar en la encuesta, donde hubo mucho ruido y gente que por un desafortunado accidente que generó que se quemara a los chicos. Las imágenes fotográficas de la plaza y la situación estaba controlada.

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#)

[A 1 persona le gusta esto](#)

[Escribo en comentarios](#)

Rosario3 · [compartir un enlace](#)
Hace 22 minutos · [👍](#)

Nacho habilitado, la lepra feliz



[Nacho Sacocho está habilitado para jugar este día | Rosario3.com](#)
www.rosario3.com

Tras haber estado habilitado para jugar este día, el jugador del equipo de fútbol de la ciudad de Puno, en un día que Nacho había desde el domingo en la Bandera.

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#)

[A 3 personas le gusta esto](#)

[Escribo en comentarios](#)

Rosario3 · [compartir un enlace](#)
Hace 26 minutos · [👍](#)

Descuantes efectivos de Gendarmería Nacional y de la policía provincial realizaron un gran operativo en la zona sur de Rosario este jueves por la mañana.



[Once detenidos en diez allanamientos en zona sur | Rosario3.com](#)
www.rosario3.com

Once detenidos en diez allanamientos en zona sur. Efectivos de Gendarmería y de la policía provincial realizaron un gran operativo este jueves para tomar los descuartes a los barrios que operan en la zona. Se realizaron diez y arrestos de diez.

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#)

[A 22 personas le gusta esto](#)

[Ver 9 comentarios más](#)

Sirenia B Arreola [👍](#) [Me gusta](#) · [Comentar](#)
Una en la policía se quiere por mucho tiempo y arreglan las cámaras. urgente funcionarios se piden por buscar.
Hace 6 minutos

María Soledad [👍](#) [Me gusta](#) · [Comentar](#)
El costo se aprue entre el gendarme para para. adrian a realizar el poder nuestro para que la dejan salir.
Hace 6 minutos

[Escribo en comentarios](#)

Twitter

Twitter es la red social en la que los medios se sienten más cómodos, tal vez porque con colocar simplemente un titular y el enlace a la noticia en el sitio web ya es suficiente (Túñez López, 2012, p.231). No hay que redactar un texto de entrada como en Facebook y el flujo de comentarios es mucho menor. Si bien ha ganado popularidad en los últimos años, la cantidad de usuarios de Twitter es fuertemente menor a los de Facebook (255 millones frente a 1317 millones de usuarios activos por mes), por lo que

la actividad de la cuenta @rosariotres también es mucho más reducida en comparación.

Con 63 mil tuits y 56,400 seguidores, Rosario3 publica una media de 2,1 tuits por hora (52 por día). Desde *Tweetstats* (<http://www.tweetstats.com/graphs/rosariotres>), pudo saberse también que los horarios en los que más cantidad de mensajes se envían son a las 8, 12 y 20 horas; coincidiendo con el inicio, la mitad y el fin del día laboral.

Al igual que en *Facebook*, las noticias que se publican en esta red social son prácticamente todas, siempre con el objetivo de satisfacer la necesidad del usuario de estar informado. Las estadísticas también confirman lo que se ve en la observación del *timeline* de la cuenta: no existe prácticamente ningún tipo de interacción con los usuarios que siguen a @rosariotres. El porcentaje de respuestas a otras cuentas asciende al 0.19% del total de tuits y el porcentaje de retuits es del 0.12%. Dice Túnéz López:

Las estrategias de los medios tradicionales se orientan más a innovar en aplicaciones y herramientas en sus entornos virtuales que hacia variaciones en los contenidos a través de la priorización de nuevos temas o la creación de nuevos productos, tanto en la red como en el papel. Se potencia la presencia en redes sociales pero excepto algunos casos de Twitter y algunas excepciones en Facebook, la bidireccionalidad con la audiencia no encuentra respuesta desde los periódicos.

En ambas redes sociales se comprueba que el objetivo de la presencia del medio en ellas es únicamente la difusión de la información en diferentes plataformas y no se abre la puerta a la posibilidad de una mayor interactividad con el usuario. En la imagen se puede observar el aspecto del *timeline* de Rosario3.com, en el cual todos los tuits están conformados por titulares de noticias más el enlace al sitio.



Las redes sociales son un espacio de interactividad multidireccional, en el que todos se comunican con todos. Sin embargo, Rosario3.com no aprovecha esta plataforma para lograr esto, aunque es algo común en los medios periodísticos. Falta explotar esta veta interactiva para estimular la viralización de las noticias y por lo tanto, del sitio, y para generar una cercanía con la audiencia.

Publicar tu historia/ Periodismo Ciudadano

La baja en la credibilidad de los medios que se viene dando desde hace varios años, desde el punto de vista de los ciudadanos y también desde el de los profesionales de la información, unida a la democratización de las herramientas de comunicación y a la popularización del uso de Internet permiten a ciudadanos y profesionales generar contenido en igualdad de condiciones técnicas.

La llegada de estas herramientas tecnológicas, que permiten la captación, tratamiento y difusión de la información, favorece que ciudadanos por su cuenta o con la ayuda de profesionales pongan en marcha sus propios medios de comunicación o difundan piezas informativas con otros puntos de vista a través de las redes sociales. Todas estas

circunstancias favorecen el fomento del periodismo ciudadano, movimiento que es cada vez más fuerte. Dice Dan Gillmor, considerado padre del Periodismo Ciudadano, que los medios deben de tener un valor que haga que las personas se conecten, ya que así habrá más interacción entre ellos mismos, y las opiniones entrarán a jugar un papel de suma importancia. La constante interacción entre el medio y la audiencia y la participación de las personas en los medios, hace que se genere más credibilidad y entendimiento y que se atraiga a los jóvenes que son la próxima generación de consumidores de noticias. A través del chat, los blogs, los foros y las redes sociales, las personas hacen que su voz sea escuchada y los medios están aprendiendo a hacerlo. Por ello, muchos han decidido dedicar una sección de su sitio web al Periodismo Ciudadano, y también este es el caso de Rosario3.com.

Dentro de la sección *Comunidad*, se encuentra *Tu noticia vale*, la cual es una página donde los usuarios del sitio pueden mandar fotos, videos o audios con contenido periodístico para que sean publicados en Rosario3.com. Para poder hacer esto, no es necesario que el lector esté registrado en el portal. Solamente debe introducir su nombre, correo electrónico, el título de la noticia y un texto describiendo de qué se trata, junto con la imagen, el video o el audio que corrobora la información. Además, hay ciertas bases y condiciones que el usuario debe aceptar para poder enviar la noticia, que tratan cuestiones sobre el copyright y el contenido que está prohibido enviar. En la imagen se observa el formato de la página de *Tu noticia vale*, junto con el formulario a llenar, y todas las noticias enviadas por los ciudadanos que han sido publicadas en Rosario3.com. Cabe resaltar que las mismas no están relegadas únicamente a esta sección, sino que aparecen en la *home page* el día que son publicadas.

No se ha comprobado que se realice un chequeo de las noticias que envían los usuarios, ya que generalmente se trata de hechos que ya han ocurrido cuando llegan a la redacción de Rosario3.com. Sin embargo, no se ha constatado en la observación la publicación de noticias falsas o erróneas, ya que los criterios para la selección de las noticias enviadas son evidentemente estrictos.

[Inicio](#) | [Contacto](#) | [Reservar](#) | [Clasificación](#) | [Comunidad](#) | [RSS](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [Google+](#)

rosario3.com

Línea 05 46 40 44 44 y 09 27 86

[ULTIMOS NOTICIAS](#) - [NOTICIAS](#) - [REPORTES](#) - [OCIO](#) - [OPINIÓN](#) - [COMUNIDAD](#) - [EDUCACIÓN](#) - [SAÚDE](#) - [VIDEOS](#)

"Tu noticia vale"

Manda tus fotos, video o audio junto con la noticia que quieras contar y sé parte de Rosario3.com

Es muy sencillo: solo tenés que describir qué quieres contar y subir el material mediante el formulario que verás abajo. Este espacio es para cualquier tipo de noticia, reportajes, entrevistas, análisis y mucho más. Si tenés un video o audio, el mismo se puede editar directamente por Canal 3.

Para publicar sólo comentarios y denuncias se puede enviar una nota al [Correo de Lectores](#). Si se trata de un reportaje o investigación, avisar a [nuestro equipo de redacción](#) a comunidad@rosario3.com.

Tu noticia

Correo electrónico

Título de la noticia

Comentarios

Adjunta tu foto, video o audio. [Seleccionar archivo](#) según archivo seleccionado

Acepto las [condiciones y condiciones](#) del servicio

[Enviar](#)

Aguinal de las noticias en los canales de noticias de Rosario3.com en colaboración con:

Totales de noticias: 23 (Página 1 de 4)

<p>09/02/2014</p> <p>La Davia transformó los perros en verdaderas mascotas</p> <p>El agua suministrada en Gálvez y Cafayate impactó a los habitantes de ambas localidades. Los habitantes de ambas localidades se quejaron al momento de que los animales dejaron de salir a pasear...</p>  <p>Un momento de tranquilidad en Gálvez y Cafayate.</p>	<p>29/01/2014</p> <p>A anunciar a la plaza</p> <p>El espacio de la plaza de Ayacucho y Perito Moreno con motivo de la fiesta de la plaza...</p>  <p>Un momento de la fiesta de la plaza de Ayacucho y Perito Moreno.</p>
<p>28/12/2013</p> <p>Antarctica gigante: se prendió fuego una palmera en Rosendo</p> <p>Esto llevó a la policía que se apresuró a extinguir el fuego, a la altura del 5700. Una imagen impactante del incendio en Rosendo.</p>  <p>Un momento de la palmera.</p>	<p>26/12/2013</p> <p>Sesiones del viento: la ruta recreativa se llenó de ruidos</p> <p>Un momento de la ruta recreativa en la ciudad...</p>  <p>La ruta recreativa con ruidos.</p>
<p>25/12/2013</p> <p>Tuista, río y mucha actividad</p> <p>El río Tuista en el río Tuista en la zona de Rosendo...</p>  <p>Un momento de la zona de Rosendo.</p>	<p>14/12/2013</p> <p>Inversión volutar en la terminal de calle Alvear</p> <p>Más inversión en la terminal de calle Alvear...</p>  <p>Una inversión en la terminal de calle Alvear.</p>
<p>14/12/2013</p> <p>En peligro: cuatro chicos se cuelgan del colectivo, cerca de la Terminal</p> <p>La terminal fue tomada por un grupo de chicos...</p>  <p>Un momento de los chicos.</p>	<p>04/12/2013</p> <p>Autos estacionados en la parada de colectivos</p> <p>Según el informe de la policía...</p>  <p>Un momento de la parada de colectivos.</p>
<p>26/11/2013</p> <p>Trenbús: entre la falta de control y la inseguridad</p> <p>Más de un trenbús sin control en el espacio...</p>  <p>Un momento de la inseguridad.</p>	<p>26/11/2013</p> <p>Queja por la falta de controles en los trenbús de la Terminal</p> <p>Un momento de la Terminal...</p>  <p>Un momento de la Terminal.</p>

[Inicio](#) | [3](#) | [30](#) | [1](#)

"La responsabilidad por el contenido de los reportajes es de los autores."

[iab](#) | [Contacto](#) | [Reservar](#) | [Correo de Lectores](#) | [Mapa del sitio](#) | [Reservados](#) | [Cómo avisar?](#) | [Copyright 2014 Rosario3.com. Todos los derechos reservados.](#)

Dentro de los espacios interactivos en los cuales el usuario puede enviar información a Rosario3.com para que sea publicada, es importante recalcar que en la sección *Ocio*,

los lectores tienen la opción de informar al sitio sobre fechas de recitales, de obras de teatro o de actividades artísticas y culturales en general para que sean posteadas en el mismo. Estas noticias deben mandarse a cartelera@rosario3.com y aparecerán como parte de la cartelera del portal. En la imagen se observa un ejemplo de la sección *Teatro*. Aquí, como recalcan los entrevistados, el objetivo es brindar una oferta cultural lo más amplia posible para que los lectores del sitio tengan varias posibilidades de selección. Entonces, conociendo la oferta que brinda la agenda de la sección *Ocio*, la idea es que quien esté pensando en salir o realizar alguna actividad cultural se dirija en primer lugar a Rosario3.com

The screenshot shows the Rosario3.com website interface. At the top, the logo 'rosario3.com' is displayed with the date 'Jueves 07 de agosto de 2014 18:29 Hs.'. Below the logo is a navigation menu with categories: 'ULTIMO MOMENTO', 'NOTICIAS', 'DEPORTES', 'OCIO', 'OPINION', 'COMUNIDAD', 'EDUCACION', 'SALUD', and 'VIDEOS'. A search bar is located on the right. Below the navigation bar, there are icons for 'DIRE', 'TEATRO', 'RECITALES', 'CULTURA', and 'CINECOS'. A central banner reads 'QUÉ HACEMOS HOY? (Lines, Restaurantes y mucho más!)'. Below this, there is a search bar and a link to 'Si querés enviar información, mandá un email a cartelera@rosario3.com'. The main content area features a grid of theater listings, each with a small image and a brief description. On the right side, there is a 'CINES DE ROSARIO' section listing various theaters and their contact information. At the bottom right, there is a 'Salamandra - Horno Tromen' advertisement.

Blogs a la carta

Un *blog* o *weblog* es un sitio web en el cual una persona va publicando en orden cronológico distintas noticias, ideas, pensamientos propios o de terceros y donde sus lectores escriben, o no, comentarios a esas publicaciones. Rosario3.com posee una sección dentro de su *Comunidad* denominada *Blogs a la carta*, cuyo objetivo es la recolección de blogs que los usuarios consideran interesantes para los demás.

El funcionamiento de los envíos se da a través de un formulario en el cual se debe especificar el nombre de blog, la dirección del sitio, la dirección de *e-mail* de la persona que lo manda y una imagen y descripción opcional del mismo. También aquí existe una aclaración que especifica que no podrán ser publicados blogs referidos a actividades comerciales o que puedan considerarse inapropiados para el público en general. El criterio de selección estará relacionado con estas pautas. En la imagen se observa un ejemplo del formulario y de la exención de responsabilidad que emite el sitio.

Blogs a la carta

Enviar Blog 

Complete el siguiente formulario

Nombre de Blog

URL incluir http://

Imagen No se eligió archivo (opcional)

E-mail

Descripción

La información enviada será evaluada antes de ser publicada. No serán aceptadas blogs que tengan fines comerciales o que puedan considerarse inapropiadas para exhibir en el sitio web. Rosario3.com ofrece gratuitamente el uso de este listado de Blogs, a cualquier persona que navegue por su página web. Las opiniones, expresiones, comentarios y todo el contenido de dichos blogs corre por exclusiva cuenta y responsabilidad de sus autores. Por lo tanto, Rosario3.com, no es responsable por nada de lo que allí se exprese, ni por las consecuencias de cualquier índole, que estos contenidos puedan provocar a los usuarios del sitio o a terceros.

Aceptar

Cerrar

En la siguiente imagen se aprecia que la sección *Blogs a la carta* cuenta con más de 900 blogs destinados a que el usuario pueda visitarlos, sin embargo, los mismos están organizados únicamente de forma cronológica por orden de subida, lo que convierte la búsqueda de alguno en particular en algo tedioso. Deberían estar ordenados de forma temática o debería existir algún buscador que permita una libre navegación al usuario interesado en leer estos blogs. Además, se percibe que no existe moderación en cuanto al asunto al que refieren los mismos, ya que en el formulario de envío aclara que no serán aceptados blogs con fines comerciales y en la imagen se aprecia claramente que hay uno dedicado a la enseñanza de Metafísica.

Enviar Blog

Blog de la semana

Faros Largos

Periodismo de campo sin preconcepciones ni prejuicios. Así como los periodistas de Policiales no son policías, los de campo no somos estancieros. Usa esta frase como título, porque es una expresión de Pablo Hary, fundador de los grupos CREA, que siempre me gustó. Creo que hay que mirar hacia adelante, a lo lejos. Espero aportar algo.
Link : <http://faroslargos.blogspot.com.ar/>

Blogs Recibidos

Total: 981 (Página 1 de 197)



parroquia Cristo Redentor

En el barrio de Loduña (Sur) se encuentra esta parroquia. En el blog encontraremos las homilias dominicales, noticias parroquiales y eclesiales y afines.
Link : pqiacristoredentor.blogspot.com

Reobservando

La reobservación de nuestra realidad plantea la desautomatización de las decisiones, permitiéndonos modificar a cada momento nuestro camino...
Link : <http://reobservando.blogspot.com.ar/>

Enseñanzas Espirituales METAFISICA
Rosario - Rosario
CLASES SEMANALES

20 años como San Lorenzo 2008
Lunes 20:30hs - 21:30hs
Martes 19:30hs - 20:30hs
Miércoles 19:30hs - 20:30hs
Jueves 19:30hs - 20:30hs
Viernes 19:30hs - 20:30hs
Sábados 19:30hs - 20:30hs

Metafisica Rosario

Metafisica Rosario

Clases de Metafisica en Rosario
Link : <http://www.facebook.com/pagaa/MetafisicaRosario>
Rosario/160490487305874?ref=ts#/page/MetafisicaRosario



Info Celular

Un blog con toda la información de telefonía móvil y las mejores aplicaciones.
Link : <http://www.infocelular.net>

Una Mirada Diferente Adultos Mayores

ESPACIO SOBRE ADULTEZ MAYOR: capacitaciones, seminarios, cursos, bolsa de trabajo, servicios de acompañamiento terapéuticos, servicio de asistencia gerontológica, talleres para adultos mayores, entre otras actividades. Contacto: Cel: 0341-153529081 Email: tallerasyelen@hotmail.com
Facebook: <http://www.facebook.com/adultosmayoresrosario>
Link : <http://unamiradadiferentedoaltosmayores.blogspot.com.ar/>

Una Mirada Diferente Adultos Mayores

ESPACIO SOBRE ADULTEZ MAYOR: capacitaciones, seminarios, cursos, bolsa de trabajo, servicios de acompañamiento terapéuticos, servicio de asistencia gerontológica, talleres para adultos mayores, entre otras actividades. Contacto: Cel: 0341-153529081 Email: tallerasyelen@hotmail.com
Facebook: <http://www.facebook.com/adultosmayoresrosario>
Link : <http://unamiradadiferentedoaltosmayores.blogspot.com.ar/>

Total: 981 (Página 1 de 197)

Rosario3
Te gusta esto.

Rosario3
29 min

Este jueves, cuatro estrenos renuevan la cartelera rosarina. Entre los títulos que desembarcan en la pantalla grande, se cuentan dos novedades sudamericanas

A 0 y 154 674 personas más les gusta Rosario3

Recomendados en Facebook

- #### Noticias más leídas
- 1 El selfie leste de Pity Alvarez, furor en Twitter
 - 2 Bielsa y su curfesa mención sobre una médica de Rosario
 - 3 Hallan sin vida a un niño que era buscado en Santa Fe
 - 4 Impactante: filman el ataque de un tiburón blanco
 - 5 Guido dijo que le gusta llamarse Ignacio

- #### Pack Básico
- Al fin juntos, Estela de Carlotto se reunió con Guido
 - Camponit: "La causa no cerró y pueden aparecer más responsables"
 - Por pan y trabajo, Rosario celebra a San Cayetano
 - Suspenso, romance y drama en cuatro estrenos
 - Feced II. Invitan a participar de la etapa final del juicio

Subi el tuyo!

NOTICIAS RSS BIC MUNDO.com

Comentarios debajo de las noticias

Desde el surgimiento de los periódicos digitales se comenzó a plantear la idea de una mayor intervención del usuario en los sitios webperiodísticos. Los comentarios dentro de cada noticia surgieron recién a partir de la explosión de la web 2.0 y comenzaron a ser utilizados en general por los portales. Alejandro Rost (200, p.227) dice que los lectores deberían poder “intervenir inmediatamente debajo de cada noticia, a modo de blog”, con el objetivo de permitirles una mayor participación en el sitio. Un portal de noticias que abre la totalidad de sus noticias a la posibilidad de que el usuario postee comentarios, logra mantener su atención durante un período de tiempo mucho mayor en comparación con aquellos que no tienen esta posibilidad. Esto es así, debido a que los usuarios pasan gran parte de su tiempo en la página leyendo las opiniones de otros lectores y también brindando las propias o debatiendo con ellos sobre cuestiones en las que difieren.

Dice la Doctora Raimondo Anselmino en su tesis “El vínculo diario / lector en los periódicos online” que muchos usuarios eligen leer una noticia por la cantidad de comentarios y que éstos le agregan valor a la misma. Raimondo Anselmino explica:

Hay cierta tensión entre la lógica de participación del medio y las lógicas de participación del público: lo que el medio desea de ese espacio y lo que efectivamente el lector hace. Los medios pierden las posibilidades de control. Los lectores valoran el espacio para expresar ideas pero también para hacer catarsis. Por esta vía, el diario puede gestionar el control del espacio, pero hasta cierto punto. Puede prohibir injurias, discriminaciones, insultos, pero no puede controlar el tono ni el tipo de discurso. Se espera que los lectores contribuyan, se espera una intervención racionante, pero eso no necesariamente ocurre. Los discursos siempre tienen una fuerte carga afectiva

Son pocos los casos en los que los comentarios están basados en el razonamiento de parte del usuario y en los que se arma un verdadero debate que brinde opiniones serias y con argumentos. Sin embargo, un medio que no le brinda posibilidades de comentar las noticias a sus usuarios tendrá menos tráfico que uno que lo haga. Damián Schwarzstein explica cuál es el criterio de Rosario3.com en cuanto a los comentarios:

Los sitios que logran tener más tiempo a los usuarios son los que tienen totalmente abierta la canilla de los comentarios. El usuario lee la noticia y lo primero que hace es ir a los comentarios. Nosotros tenemos comentarios solamente vía *Facebook* y en algunas están cerrados. No siempre los tuvimos abiertos tampoco. Las notas sobre Newell's y Central por ejemplo, están cerradas. Esta decisión tiene su costo, porque los medios que tienen los comentarios abiertos logran que los usuarios permanezcan más tiempo en el sitio, ya sea comentando o viendo a las demás personas discutir sobre estas cuestiones. Nosotros lo vemos en las herramientas que te permiten ver el recorrido del *mouse* que hace el usuario. Siempre bajan a los comentarios directamente, a veces casi no leen la noticia. En Rosario3 preferimos cerrar estos comentarios a costa de perder tiempo en las visitas. Es un tema muy complicado, ya que cualquiera dice cualquier cosa sobre cualquiera y en cualquier lado y sin moderación. Moderar todo requiere recursos que son inviables.

Rosario3.com, entonces, brinda la posibilidad de comentar a los usuarios a través de un *plug-in* de *Facebook*, lo que significa que no gozan de anonimidad. A pesar de esto,

tampoco se piensa demasiado en las respuestas que se escriben, ya que existe un escudamiento en la pantalla que genera cierta impunidad en los lectores. Los entrevistados aclaran que algunas noticias están cerradas a comentarios justamente para evitar estos insultos e injurias hacia los demás. El criterio, explican, está basado en la sensibilidad de la noticia: generalmente cierran estos espacios para las informaciones policiales y también para las relacionadas con Newell's y Central, como explicaba Schwarzstein. El fútbol de la ciudad es muy pasional y genera fuertes discusiones entre los usuarios, por ello evidentemente se tomó esta decisión.

Rosario3.com no cuenta con recursos humanos suficientes para efectuar una correcta moderación sobre los comentarios, por lo tanto esta tarea no se lleva a cabo y se elige directamente cerrarlos en los casos explicados anteriormente. Sabrina Ferrarese declara al respecto:

Los comentarios en Facebook no están moderados (...) Hay que hacer un equilibrio entre posibilitar el derecho a expresión del usuario y también preservar el derecho de intimidad de una persona a la que se refiere en una nota. Está la posibilidad de la crítica bien argumentada y la de escribir cualquier cosa. El tema es cómo las personas se expresan, la gente a veces se meten a difamar a una persona. Las redes sociales dan para todo, depende del uso que se les dé. La libertad de expresión sin responsabilidad no es algo que quiere Rosario3.

Además, agrega Schwarzstein que en caso en que los agravios se "fueran de las manos", el hilo de la conversación se editará para evitar daños mayores. A continuación se muestran ejemplos de distintos casos en los comentarios de Rosario3.com:

Primero, se observan dos ejemplos que corroboran lo anteriormente dicho: en las noticias de policiales y las que tratan sobre los equipos de fútbol rosarinos los comentarios son cerrados.

Balearon a otro taxista y dicen que hubo 135 asaltos en 30 días

El chofer de 45 años fue agredido en Cerrito y Valparaíso este jueves por la noche cuando dejaba un pasajero. Desde el Sindicato de Peones dicen que se producen entre siete y ocho intentos de robo por día



Taxistas con miedo a la noche.

[Ampliar imágenes](#)

Otra vez un taxista cayó víctima de la violencia. Un chofer de 45 años fue baleado en Cerrito y Valparaíso cuando dejaba un pasajero este jueves por la noche. Un ciclista se acercó a él con aparentes intenciones de asaltarlo. El tachero notó que portaba un arma y apretó el acelerador pero el supuesto ladrón alcanzó a gatillar su arma y una bala hirió su antebrazo izquierdo. La víctima se encontraba internado en el Sanatorio Mapaci bajo observación. Desde la empresa Fono Taxi indicaron que cada vez son más los tacheros que le temen a la noche. En promedio, la alarma de los botones antipánico se activa 3 veces por noche. Por su parte, Horacio Box, del Sindicato de Peones de Taxis, advirtió que en el último mes hubo más de 130 asaltos a choferes y que en al menos 40 de estos casos se produjeron agresiones con armas.

Según fuentes policiales, el ladrón encañonó al taxista en Cerrito al 4200, en la zona oeste rosarina, este jueves alrededor de las 22.50. A esa hora acababa de bajarse un cliente del taxi cuando el taxista advirtió que un hombre armado en bicicleta se le acercaba. Puso primera y aceleró todo lo que pudo pero el ciclista abrió fuego y un proyectil alcanzó su brazo.

Fue internado en el centro de salud de Oroño al 1400.

Consultada por el periodista Fernando Carratello, Carolina una empleada de la central de Fono Taxi, llamó la atención que, en promedio, el botón antipánico es activado tres veces por noche. "Están todos con mucho miedo, como siempre pero ahora se nota más", evaluó.

Box, en tanto, habló con El Tres y dijo que el número de casos había bajado con la llegada de Gendarmería pero que ahora volvió a incrementarse y que hay entre siete y ocho diarios. Su interpretación es que se "relajaron" los patrullajes.

Igual, aseguró que por ahora no se evalúa una medida de fuerza nes llenas de buena voluntad, pero la buena voluntad no alcanza.

También te puede interesar.



Un hombre murió al explotar su cigarrillo electrónico

Fue en Inglaterra. La víctima, que tenía 82 años, estaba en su cuarto y el dispositivo estalló, cerca de un tubo de oxígeno, mientras estaba siendo recargado.



Puntapié inicial para el último torneo corto del fútbol argentino

Este viernes comienza el Campeonato de Primera División 2014, también llamado de Transición. Abren Godoy Cruz-Banfield, a las 18, y después juega Central. El domingo debuta Newell's. Toda la preta del certamen, el primero sin Grondona.



Buitres: tras acudir a La Haya, Cristina pide que intervenga Obama

El gobierno llevó el conflicto al tribunal internacional. No obstante, la presidenta destacó que su par de Estados Unidos "cuenta con una facultad para deñe a un juez que está interfiriendo". Relanzó los Caidin para reactivar el sector inmobiliario y dejó una advertencia a ahomistas.



Pack Básico

- > Balearon a un taxista en zona oeste
- > Confirman el número de gendarmas y prefetos en Rosario
- > Central pone en marcha otro sueño ante Quilmes
- > La directora del Hospital de Niños quedó "sorprendida" por el Loco Belsa
- > Colectivos: se conoció el estado de costos y no habría suba del boleto

Noticias más leídas

- 1 La directora del Hospital de Niños quedó "sorprendida" por el Loco Belsa
- 2 Mengolini a Fito: "Mierda que quedaste despedido"
- 3 Chancleta en camino: Wanda Nara muestra la pancita
- 4 Comparten una hija y se enteraron que son hermanos
- 5 Ahora Google te permite explorar la Luna y Marte

Central pone en marcha otro sueño ante Quilmes

Desde las 20.30, los canallas reciben al cervicero por la primera fecha del torneo de primera división. Russo pone a Acevedo por el suspendido Berra y mantiene una duda en el medio. Quattrocchi, por su parte, contará con el goleador Klusener. Arbitra Merlos y transmite Radio 2



Jonás Aguirre, sustituto de Carrizo este semestre (Rosariocentral.com)

[Ampliar imágenes](#)

Rosario Central y toda su gente vuelven a soñar. Este viernes, desde las 20.30 y ante Quilmes, el conjunto canalla debutará en el torneo de primera división en el Gigante, donde empezará a tomar forma la aspiración de ser protagonistas. Con el mismo DT que logró el ascenso y con la base del equipo que redondeó un muy buen primera semestre, la esperanza vuelve a rodar.

El plantel centralista es prácticamente el mismo que jugó el Final, con las partidas de Federico Carrizo y Jesús Méndez y la casi segura salida de Chino Luna, pero con la inclusión de cuatro refuerzos: los volantes Damián Musto y Fernando Barrientos, el delantero José Valencia y el lateral izquierdo Nahuel Quiroga, además de recuperar tras un préstamo al delantero Javier Correa, que irá al banco.

Para este juego, que abre su camino en una de las tres competencias abiertas que tiene el club (Copa Argentina, donde ya está en octavos de final, y Copa Sudamericana, donde lo espera el cruce ante Boca), Russo conserva sólo una duda, ya que perdió a Hernán Encina por lesión y aún no confirmó si se decide o no por Damián Musto.

Las otras alternativas que maneja el DT son Fernando Barrientos o Pablo Becker, pero parece que el casidense ex Olimpo será el elegido. Además, en el sector central de la defensa debutará Lucas Acevedo, zaguero juvenil proveniente del acuerdo con Tiro Federal. La otra novedad, la inclusión de Jonás Aguirre en el anterior puesto de Carrizo.

Por su parte, Quilmes tendrá en el banco como entrenador al debutante Pablo Quattrocchi, que finalmente podrá contar con el delantero Gonzalo Klusener, quien arrastraba un esguince de tobillo. Si no llegaba, ya se preparaba para jugar Lucas Passenti.

El árbitro del partido será Andrés Merlos y se jugará en un Gigante colmado. El pleito podrá seguirse minuto a minuto en [Rosario3.com](#). Transmite Radio 2.

Probables formaciones:

Rosario Central: Mauricio Caranta, Paulo Ferrari, Lucas Acevedo, Alejandro Donatti, Rafael Delgado, Antonio Medina, Nery Domínguez, Damián Musto, Jonás Aguirre, Franco Nelli, Sebastián Abreu.

Quilmes: Walter Benítez, Adrián Soto, Sebastián Martínez, Joel Carl, Leonel Bortempo, Arnaldo González, Lucas Pérez Godoy, Emiliano Carrasco, Sergio Hippeninger, Gonzalo Klusener y Brian Sarmiento.

También te puede interesar.



"La crítica destructiva le ha hecho daño a la Nación y a la Iglesia"

El Papa Francisco habló con un programa de una radio comunitaria santiagueña que conduce dos sacerdotes y al referirse a la Argentina llamó a "tener el coraje de no dejarse robar la esperanza"



Denuncian violento desalojo en zona sur

Un grupo grande de familias había tomado un predio de Ovidio Lagos al 7200 tras reiterados pedidos de ayuda a la Municipalidad. Dijeron que Gendarmería los echó con tear gases



Mogolini a Fito: "Mierda que quedaste despechado"

El músico rosarino parece haberse inspirado en su ex para escribir su nuevo sencillo, "Rock & Roll Revolution". La periodista así lo entendió y le contestó por Twitter. ¿Qué dice la letra de la canción?



A continuación se muestran otros dos ejemplos en los cuales los comentarios están abiertos. En el primer caso, en el cual la noticia es sobre una declaración que hizo el director técnico Marcelo Bielsa sobre el Hospital de Niños Vilela, el hilo de la conversación es tranquilo y los usuarios emiten opiniones y argumentan de manera razonable y pacífica.

En el segundo, una noticia sobre declaraciones de Cristina Fernández de Kirchner, se observa un ejemplo de la falta de moderación en los comentarios, ya que existen insultos y agravios hacia la Presidenta de La Nación.

La directora del Hospital de Niños quedó "sorprendida" por el Loco Bielsa

El DT rosarino mencionó el rol de Stella Binelli cuando le preguntaron por un líder en una conferencia de prensa en Francia. "Me lo conozco y me sorprendió gratamente porque nombró a la institución fuera de nuestro país", afirmó la médica



"Creo que Binelli se refirió a que no se muestra todo lo que ocurre en el hospital", dijo Binelli. *América Imágenes*

La directora del Hospital de Niños de Rosario "Victoria" Villar, Stella Binelli, afirmó que se vio "sorprendida" por el reconocimiento que hizo Marcelo Bielsa de su tarea en una conferencia de prensa en Francia, donde dirige el Olympique de Marsella.

"La jefa del Hospital de Niños de Rosario, hace mucho y habla poco", dijo el Loco cuando le pidieron que nombre a un líder silencioso y dejó perplejo a todos, incluso a la propia Binelli.

"Fue totalmente inesperado. No lo conozco y me sorprendió gratamente porque nombró a la institución fuera de nuestro país, estoy muy orgullosa que mencione a la salud pública", afirmó la titular del vivero en el programa Hoy es domingo todavía (Radio 2).

En búsqueda de una explicación de la frase con el seño Bielsa, Binelli señaló que "los clubes de la ciudad siempre han sido muy cercanos con el hospital y también los jugadores", por lo que, interpretó, al ex DT de la selección argentina le habrán comentado de su trabajo.

La directora del Hospital de Niños destacó la labor de "un equipo de gente maravillosa" y consideró que el reconocimiento no es hacia ella individual sino colectivo. "Creo que él se refirió a que no se muestra todo lo que ocurre aquí todos los días", añadió.

También te puede interesar:



Cuatro hombres armados asaltaron un colectivo de la 132
Ocurrió este jueves por la noche en tanto circulaba, a pocos cuadras de la comisaría 12ª. El grupo armado al director a los pasajeros a fines con sus pertenencias.



Lanzaron el corte de la autogüita a Buenos Aires
Diversas organizaciones sociales y políticas se concentraron a las 7 de la noche en apoyo a los trabajadores despedidos de Lela. Cerca de las 8.30 se levantó la protesta.



"El enfermo imaginario", en el Museo Estévez
La Compañía Comediantes Trilobodraco presenta en clave de sátira la obra de Roberto Galtés en "Teatro" Trilobodraco. Este domingo, a las 19.

Dejamos tu comentario

6 comentarios

Agregar un comentario

Ricardo Sotomayor Ferrero • Comentario destacado • On La Universidad de La Plata
Es interesante como no se muestra lo que se hace en la salud pública de Santa Fe y Rosario no voy con ni sea muy lejano al centro de oftalmología del Hospital Centenario donde atiendo un grupo de médicos especialistas en comas de un nivel profesional y humano, desde las óculas que tanto les gusta hasta el nivel más prestigioso, ¿será que comentar que un DT en Francia reconoce esto?
Responder • Me gusta 1 • Seguir publicación hace 6 horas

Verónica Servio • Comentario destacado • UNIV. VENEZUELANA DE LOS RÍOS
¿o también prefiero al hospital centenario, o cuando era estudiante al diplomario? le dije, ¿cómo le gustaría mentar que autorizando los médicos trabajar en la zona rural, con sueldo pagado de cobro para luego atenderlos en el hospital público así no le oculte recursos a quien no tiene otra opción.
Responder • Me gusta 2 • hace 6 horas

La Cabrera Teatro • Escuela Provincial de Teatro y Artes Nº 229 de Rosario en Tránsito, Córdoba
Realmente interesante el reconocimiento. Sin embargo, qué triste es saber que el teatro hospitalario no es más que un negocio que depende de la voluntad de un funcionario de turno, con el riesgo de la deserción de los actores. Deben de ser verdaderamente los actores de Santa Binelli, pero resulta extraño que la opinión pública lo reconozca porque lo haga un señor de la farándula después y no personas reconocidas por sus aportes a la cultura, el bienestar de la patria, la lucha por los derechos humanos o la acción política socialista y proleída.
Responder • Me gusta 2 • Seguir publicación hace 7 horas

Walter Parry • Seguir • Comentario destacado • Universidad De La Plata y otros lugares
Y algunos pensaban bien que los conferenciantes de Bielsa son argentinos. Esto quiere ver cosas a Tránsito hablando con Cristina a Río pateando con Leo. Que mucho se pueden.
Responder • Me gusta 2 • Seguir publicación hace 7 horas

Osly Ojeda • Seguir • Comentario destacado • Trabajo en Casa Roseta y otros lugares
234 seguidores
Se angustia para nuestra ciudad. Ojalá que la existencia de ese hospital. Felicitaciones.
Responder • Me gusta 1 • Seguir publicación hace 8 horas

Marcelo Pablo M • Rosario
con logros en los últimos diez años que me tengo como agradecido a ese hospital y a cada uno de los médicos que trabajan en él por como trabajan a mi hijo. Uno que ya parte y él que le sigue en la vida. MUCHAS GRACIAS A TODOS, y gracias más del primero, dar fe de por los niños.
Responder • Me gusta 4 • Seguir publicación hace 8 horas

Rosario Carrera • Comentario destacado
FELICITACIONES!!!
Responder • Me gusta 2 • Seguir publicación hace 10 horas

Amor Villalba • Comentario destacado • Rosario, Santa Fe
Yo ve la muestra de la salud pública, pero está en el mundo a una angustia psicológica y emocionalmente, me inspiró el trabajo que hacen esos niños y es así como se hacen las cosas, en forma atenta y sin aspavientos, con perfil de humildad para siendo un sector de 50.000 habitantes de fuerza, gracias a la Binelli.
Responder • Me gusta 14 • Seguir publicación hace 10 horas

ARMAS.com
Pantón con entrega anticipada. Descúbralo acá más detalles.

Cruceiros

www.ROSARIO.com.AR

Paneles EcoSol

Pack Básico

- 1. Incluye un libro de estudio sobre...
- 2. Incluye un curso de matemática y...
- 3. Incluye un curso de física...
- 4. Incluye un curso de química...
- 5. Incluye un curso de biología...

Noticias más leídas

1. Bielsa a la FIFA: "Mejor que quedé en el mundo"
2. Compañía de teatro se entusiasma que son argentinos
3. Pide en dos mil millones la pagadora de los gastos de la obra
4. Carlos Larrea se muestra más que satisfecho con el trabajo
5. Un hombre murió al intentar se quemar en un incendio

Imagen 1

Mandá tu foto

Otra de las secciones interactivas que permite la participación del usuario con Rosario3.com es la opción de enviar una fotografía que responde a una temática en particular. A esta opción se puede acceder desde la *home page*, la cual se encuentra al final de la página junto con otras opciones interactivas (*Noticias más leídas* y *Pack Básico*). En la imagen a la izquierda se puede apreciar la ubicación de esta opción que, si bien a simple vista parecería que no es buena, los entrevistados aclaran que a pesar de estar debajo de todo recibe muy buena atención por parte de los usuarios. El diseño elegido para mostrar las fotografías es a través de un *slide-show*. En éste solamente aparecen las imágenes publicadas referentes a la última consigna planteada por Rosario3.com (En este caso: *Mi mascota y yo*).

A esta sección se puede ingresar tanto desde la página principal como desde la *Comunidad* de Rosario3.com, sin embargo no se dirigen al mismo lugar. En el primer caso, se ingresa a la página que posee el formulario para poder enviar la fotografía, colocando nombre, título y descripción, conjuntamente con el archivo deseado. Además, como en los otros casos, existe una aclaración que prohíbe a los usuarios enviar imágenes con contenido inapropiado o con objetivo comercial. Debajo del formulario se pueden observar todas las imágenes que han subido los lectores, distribuidas en varias páginas y ordenadas cronológicamente. Nuevamente, esto resulta incómodo para realizar una búsqueda. (Ver imagen 1)

Si se ingresa a *Mandá tu foto* desde la *Comunidad*, la página es diferente. Aquí aparece un listado con todas las consignas que ha propuesto el sitio a lo largo de los años para que los usuarios subieran las fotos relacionadas. Al hacer clic en cualquiera de ellas, se dirige al archivo de fotos que enviaron los usuarios bajo esa sugerencia. (Ver imagen 2)



Complete formulario

Nombre

Título

Imagen

Descripción

La información enviada será evaluada antes de ser publicada.
No serán aceptadas fotos que no respondan a la consigna indicada, que tengan marcas, nombres o direcciones de otras páginas web, o que puedan considerarse inapropiadas para exhibir en el sitio web.

Mensajes

Total: 31 (Página 1 de 7)



con mis compañeros en bariloche

con mis compañeros en bariloche

tata

Imagen 3

ULTIMO MOMENTO · NOTICIAS · DE

Iniciados

- Con mis amigos
- Fiebre Mundial
- Lapso... en todos lados
- Canalla... en todos lados


Finalizados

- Osito
- MI foto del Dakar**
- Nada mejor que un chapuzón
- Llegó Berta
- Primavera al aire libre
- Festejos por el Día del Amigo
- Abrigados
- La alegría es rojinegra
- Mi papá y yo
- La fiesta de Central
- Mi mascota y yo
- Hola osito...
- A la escuela!
- Rosario tormentosa
- Adiós 2012
- Al agua pato
- En Colektividades
- Primavera lluviosa...
- El regalo de mamá
- La Vida en Primavera

MI FOTO del Dakar

Mensajes


Total: 179 (Página 1 de 37)



Dakar - Rosario

Dakar - Rosario

fede_vinci



Dakar - Rosario

Dakar - Rosario

fede_vinci

Imagen 4

Resumen

En Rosario3.com se pueden encontrar los dos tipos de interactividad definidos por Alejandro Rost:

- **Interactividad selectiva:** El buscador del sitio, un importante sistema de navegación para el usuario que necesite encontrar noticias, no funciona demasiado bien. Tarda mucho en hacer la búsqueda y además, no cuenta con búsqueda avanzada, por lo que el lector debe bucear entre varias páginas de resultados para encontrar lo que necesita. Las infografías multimediales están marcadas como interactivas y solamente una de ellas, de las observadas, tiene esa característica.
- **Interactividad comunicativa:**
 - El sitio cuenta con la *Comunidad R3* destinada a la participación del usuario en el portal. A través de esta sección, se puede participar en Foros y Encuestas, enviar Blogs para que sean vistos por los demás, enviar fotografías personales y cartas de lectores. También está la posibilidad de mandar un video o imagen sobre un hecho noticioso, y luego de una revisión el editor lo publica en Rosario3.com.
 - Los comentarios incrustados debajo de las noticias funcionan con un *plug in* de Facebook y están abiertos al usuario en casi todos los casos. Los entrevistados explican que los cierran especialmente en noticias del ámbito policial y sobre Newell's y Central, debido a los insultos y agravios que se generan, y principalmente porque no cuentan con alguien que se dedique a moderar los comentarios.
 - La presencia del medio en las redes sociales es bastante importante, poseen 154.647 "Me gusta" en Facebook y 56.300 seguidores en Twitter, pero son utilizadas sólo como otra plataforma en la que publicar las noticias. No tienen un *Community Manager* designado específicamente para manejar la actividad en ellas, pero hay una persona que hace la mayoría del trabajo y es relevada cuando termina su turno laboral.

Hipertextualidad en Rosario3.com

Un hipertexto ideal dentro del webperiodismo es aquel que permite al usuario establecer su propio recorrido de lectura en una noticia, creando un nuevo paradigma a la hora de estructurar y organizar los textos. Estos ya no serán lineales, si no multilineales, suscitando una intertextualidad impensada en los medios impresos. Con el hipertexto se pueden establecer infinitas asociaciones entre los textos, relacionarlos temáticamente, con otras páginas del mismo medio o con contenidos anteriores, con documentos originales o fuentes de primera mano (Larrondo Ureta, 2005, p.161). El hipertexto da la posibilidad de crear un medio con una voz polifónica y un enfoque múltiple. Como lo define Alejandro Rost (2004):

El hipertexto es una construcción discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados. Y al mismo tiempo es la herramienta informática que permite realizar esta particular forma discursiva. En su forma ideal, el hipertexto se presenta como una textualidad multilineal y multimedia que permite amplificar la intertextualidad, ofrecer nuevas formas de acceso a los contenidos, favorecer la interactividad y por lo tanto, dar un mayor poder al lector interactivo. (p.222).

La hipertextualidad según Joao Canavilhas, es el “eje integrador” del lenguaje webperiodístico e implica importantes cambios con respecto al proceso de recepción y al género, en relación a las noticias textuales. El hipertexto permite que el usuario cree un recorrido del texto propio, una lectura personalizada del mismo que no sigue una estructura secuencial única ya que es multilineal. Además, “se enlaza de manera explícita con otros textos, lo que define su intertextualidad” (Marco, 2003). George Landow (1992), explica:

El hipertexto fragmenta dispersa y atomiza el texto de dos maneras afines. Primero, suprimiendo la linealidad de lo impreso, libera los pasajes individuales de un único principio ordenador: la secuencia (...). Luego, destruye la noción de texto unitario y permanente. El considerar el texto “entero” en términos de sus componentes produce la primera forma de fragmentación; el considerarlo en función de sus diferentes lecturas y versiones produce la segunda. CITA: Landow, G.P. (1992). *Hipertext. The convergence of contemporary critical theory and technology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. Citado en João Canavilhas. (2007). *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Livros LabCom.

El usuario, a través del hipertexto, tendrá el poder de cambiar el sentido de una noticia simplemente haciendo clic en algún enlace de la misma. Quedará en el periodista la tarea de organizar la información de manera tal que el lector conozca la información más importante de manera breve, pero que luego tenga la libertad de seguir leyendo de acuerdo a sus intereses personales. Será el usuario, a través del alto grado de participación que permite la hipertextualidad, quien determine la ruta de lectura a seguir. Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría (2003, p.40) lo exponen de la siguiente manera: “La hipertextualidad, al fin y al cabo, acentúa la permeabilidad de los textos entre sí”.

El hipertexto demanda entonces una nueva forma de construcción del discurso, basado en la profundidad de la información y estructurado a partir de una disposición ordenada e interrelacionada de todos y cada uno de los elementos informativos (Larrondo Ureta, 2005, p.162). Canavilhas explica que resulta esencial que el periodista conozca cómo fragmentar una noticia en diferentes nodos de información y que pueda hacerlo de una manera concisa, clara y coherente. Además, debe informar eficazmente a todos los lectores. Para ello, se recomienda la creación de un guion de la noticia que sirva como base para poder ordenar los nodos de información, las piezas informativas, que luego serán unidos en red a través de los diferentes enlaces. Los contenidos serán agrupados de acuerdo a una determinada lógica, primero de una manera menos exigente aunque primordial y luego que evolucione hasta llegar a niveles con mayor cantidad de información cada vez más compleja, de acuerdo a las necesidades del usuario. Una gran mayoría de medios se limitan a transferir contenidos del papel o de los cables enviados por las agencias a la versión *online*, principalmente debido a factores de naturaleza técnica, económica y de recursos humanos que impiden un desarrollo completo del potencial de estas herramientas. En el caso de Rosario3.com, esto también se verifica. De la observación se desprende que en la mayoría de las noticias cortas no se hace uso de los hipervínculos incrustados y en las largas, solo tienen uno o dos dentro del bloque de texto. Explica Ferrarese que "las noticias simples no llevan enlaces generalmente, y que los hipervínculos que se hacen son del propio medio", para poder mostrar que "es un tema que se sigue en Rosario3 y generar que la gente vea más noticias". "Se hacen links a páginas oficiales, a organizaciones que tengan página, a (páginas de) *Facebook*, pegamos muchos tuits para mostrar de lo que hablamos. Vincular a otro sitio no, se cita al medio", agrega. Lo que puede encontrar el usuario es un menú explícito fuera del texto que contiene noticias relacionadas con la que se acaba de leer, debido a que la estructura de la página en el sistema de gestión de contenidos ofrece la colocación de este tipo de enlaces al finalizar la redacción de la noticia. La utilización de hipertextos de manera que se pueda crear una noticia con profundidad en la información que se brinda, es una tarea que requiere bastante tiempo por parte del periodista. Se necesitaría de recursos humanos suficientes que permitan mantener el sitio actualizado y que al mismo tiempo puedan diseñar noticias con una narrativa hipertextual como la que proponen Canavilhas, Díaz Noci y Salaverría, entre otros. Rosario3.com no posee estos recursos, como gran parte de las redacciones que tienen una planta de trabajadores pequeña. Explica Sabrina Ferrarese al respecto:

Se trata de hacer (la profundización) con las noticias más relevantes. Esta cuestión de una lectura que implique que el lector vaya a una profundización del tema. Se hace con las noticias más importantes. Se hacen comparaciones, galerías de fotos, se trata de buscar declaraciones. Ese trabajo lo puedes ver, de forma bien concreta en las elecciones o fin de año, por ejemplo. No se hace con todas las noticias por una falta de tiempo y de recursos humanos.

Los periodistas en Rosario3.com están dedicados a la realización de una gran cantidad de tareas simultáneas, como la búsqueda de nuevas noticias, producción de notas y

reportajes, redacción de las mismas, publicación *online*, búsqueda de la fotografía correcta y elaboración de los archivos multimedia, entre otras tareas. Es evidente que el tiempo para desarrollar un texto noticioso con recursos hipertextuales adecuados es inexistente, sumado a la falta de capacitación de los empleados para poder llevarlo a cabo, da como resultado un estancamiento generalizado en la creación de un nuevo lenguaje periodístico hipertextual.

En la imagen se observa un especial de fin de año de diciembre de 2013. Como explica Sabrina Ferrarese, el trabajo hipertextual es más elaborado que en el de una noticia común como la que está ubicada al lado de la primera. La noticia, titulada "De viaje: personalidades que fallecieron en 2013", consta con una importante utilización de enlaces. En este caso, todos dirigen a noticias dentro del sitio: el *link* está colocado en los nombres de las personas que murieron y al hacer clic en el mismo el usuario es dirigido a una nueva pestaña con la noticia sobre el fallecimiento del personaje en cuestión. Además, se observa un fuerte contenido multimedia de imágenes y videos. Si bien resulta una noticia mucho más elaborada que la segunda cuyo título es "La definición del torneo se estira al menos hasta el 15 de diciembre", la hipertextualidad de la misma sigue siendo pobre ya que no se efectúa una profundización de la información más que a una noticia de archivo. Podrían haberse colocado enlaces que permitan al lector conocer más sobre la vida y obra de los personajes mencionados, por ejemplo, o recordar algunos de los hechos más importantes de sus vidas. De esta manera, el lector solamente se queda en un segundo nivel de profundización de la información: se le permite conocer sobre la fecha y las circunstancias de la muerte del personaje al hacer clic en los enlaces de archivo, pero nada más que eso, ya que estas páginas no conducen a ninguna otra noticia o documento que permita una ampliación. Esto puede observarse en las dos imágenes siguientes, un ejemplo de dos noticias a las que dirigen los *links* *Clorindo Testa* y *Manuel García Ferré*.

rosario3.com
Lunes 10 de diciembre de 2013 18:47 hs.

ULTIMO MOMENTO · NOTICIAS · **DEPORTES** · OCIO · OPINION · COMERCIO · EDUCACION · SALUD · VIDEOS

07:18 (Jueves, 02 de diciembre de 2013) [Tweet](#)

Deportes

La definición del torneo se estira al menos hasta el 15 de diciembre

La AFA accedió a postergar una semana los partidos entre los equipos que tienen chances por pedido de Lanús, que juega la final de la Sudamericana. Qué tiene que pasar para que Newell's aún pueda consagrarse



Una chance más para un equipo que dilató una hora otra oportunidad

Una semana más. El suspenso de la definición del torneo inicial se estira hasta el 15 de diciembre, pues la AFA accedió al pedido de Lanús de postergar los partidos entre los equipos que aún tienen chances de ser campeones, que debían jugarse la semana próxima, debido a que tiene que jugar los finales de la Copa Sudamericana.

La decisión de la AFA es postergar para el domingo 15 el partido entre Lanús y Newell's y el de Vélez y San Lorenzo. El resto de la fecha se jugará entre el viernes 6 y domingo 8. Lo que no quiere decir que ese día haya campeón, puede haber necesidad de desempate si dos equipos llegan en igualdad de puntos.

En la última fecha, Vélez (30 puntos) recibe a San Lorenzo (32), y Newell's (30), a Lanús (30). Entre tanto, habrá una certeza, quien sea el campeón, lo será con la menor cantidad de puntos en la historia de los torneos cortos: 35 o 36.

Si San Lorenzo gana será campeón ese domingo 15. Si pierde o empató aparecen las chances del resto. En el caso de Newell's sólo puede consagrarse mediante un desempate, se debe ganar a Lanús y si empatan Vélez y San Lorenzo, llegaría igualado con Vélez en 33 puntos. Si, en cambio, gana Vélez, un triunfo propio dejaría a ambos equipos en la misma línea.

Sólo obteniendo los tres puntos ante Lanús el juego estaría en cámara.

Paek Básico

- Más cambios en el Gobierno de Córdoba, una mirada a Depeñadas
- Tijó un ventilador desistió y se electrocutó
- Investigan si la adolescente asesinada en Theosofía fue secada
- La nueva tortura de colectivo quedó trabado en el Correo
- Todas las contingencias posibles en la definición del campeonato

Noticias más leídas

1. Tránsito, la última hora torrada por los pibes
2. Cyber Monday con quejas: se caen las compras
3. La tarjeta de crédito se puede cargar por forma online
4. Investigan si la adolescente asesinada en Theosofía fue secada
5. Todas las contingencias posibles en la definición del campeonato

Ejemplo de noticia simple sin hipervínculos

rosario3.com

de más: [gustavoferrero.com](#) [fotoblog.com](#) [fotoblog.com](#) [fotoblog.com](#)

Primer artículo

Segundo artículo

Tercer artículo

Cuarto artículo

Quinto artículo

Sexto artículo

Séptimo artículo

Octavo artículo

Noveno artículo

Décimo artículo

14:00 | jueves, 11 de abril de 2013

Morínica | País

Murió el reconocido arquitecto Clorindo Testa

Falleció en Buenos Aires a los 89 años. Fue distinguido por obras como la Biblioteca Nacional, el Banco de Londres y el Centro Cultural Recoleta



El arquitecto falleció este jueves.

El arquitecto Clorindo Testa falleció este jueves a los 89 años en la ciudad de Buenos Aires.

El reconocido arquitecto había nacido en diciembre de 1923 en Nápoles. Su prestigio había ido creciendo junto a obras como la Biblioteca Nacional, el Banco de Londres y el Centro Cultural Recoleta.

Fue distinguido con el Primer Premio Nacional de Pintura del Banco Central y el Premio Konex de Platino, entre otros.

Además fue ciudadano ilustre de Buenos Aires desde el 2005 y formaba parte de la Academia Nacional de Bellas Artes desde 1976.

Se mantuvo en actividad hasta las últimas semanas en un estudio propio de Capital Federal y falleció este jueves por una complicación de salud.

Los restos estarían velados en la Sociedad central de Arquitectos y despedidos este viernes en el cementerio de la Recoleta.


ULTIMO MOMENTO - NOTICIAS - DEPORTES - OCHO - OPINION - COMUNITARI - EDUCACION - SALUD - VIDEO

14:00 | jueves, 28 de marzo de 2013

Ocho | Noticias Ocho

Llora Anteojoito: murió Manuel García Ferré

El creador de Hiptus y Languicho, entre otros personajes, falleció este jueves. Tenía 83 años y atravesaba varios problemas de salud. Una de sus últimas entrevistas fue con Alberto Lotuf en El Tres. Mirá el video



Felipe, Calabín y Puchi perdieron a su amigo.

Manuel García Ferré, el creador de personajes entrañables como Anteojoito, Hiptus y Languicho, falleció este jueves, a los 83 años de edad.

En el último tiempo, el historietista atravesaba por distintos problemas de salud. Según trascendió, sus restos serán inhumados en el cementerio Jardín de Paz en Pilar.

Artista gráfico y animador, García Ferré nació en Almería, España, un 8 de octubre de 1929. A los 17 años se radicó en Argentina.

Sus creaciones atravesaron distintas generaciones y divertieron a grandes y chicos. Con Felipe y Calabín, además de los ya citados, protagonizó historietas y tiras animadas breves.

En 2009, la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires lo declaró ciudadano ilustre mediante:

Entrevista en El Tres

En el marco del estreno de la película Languicho y Soledad (2011), el dibujante dialogó con Alberto Lotuf en el ciclo *Dicen que dicen* (El Tres). Durante la entrevista, dio algunos pistas de su mirada sobre la realidad.

"Yo hago los personajes pensando si tienen vigencia, hago sabiendo lo que hago. Pienso que si uno escribe lo que hace es la mejor manera de poder transmitir", aseguró en diálogo con Alberto Lotuf.

En el marco de la entrevista se definió como "autodidacta" y aseguró que "no obedece a ninguna escuela determinada".

"Las aristas de los personajes surgen observando la realidad, nos rodean. Hay que salir a veces de los problemas que uno tiene y saber interpretar a la gente", sentenció por entonces.

Su legado en Rosario

Manuel García Ferré participó de los encuentros de la Escuela de animadores de Rosario. Durante esa participación, donó su mesa de filmación donde se trabajaron todos los capítulos de Anteojoito.

Los visitantes de la Isla de los Inventos (Comentarios y Webteatros) pueden entrar al artista, sentarse allí y jugar con él.

Ejemplo de páginas a las que dirigen los links "Clorindo Testa" y "Manuel García Ferré" desde la noticia principal

Pirámide tumbada vs. Pirámide invertida

Uno de los beneficios que brinda el hipertexto es la posibilidad de obtener diferentes niveles de profundidad de la información sobre un mismo tema. Guillermo Franco llama a esto "estratificación" y cita a Martha Sammons para su definición:

Estratificación o *layering* (en inglés) es la técnica de comenzar con información general y luego suministrar enlaces a más detalle e información suplementaria. La estratificación es también llamada revelación progresiva. Esencialmente, se hace un acercamiento a los detalles⁵.

La estratificación de la información es muy importante ya que es pensar en hipermedia realmente y tener en cuenta las verdaderas necesidades de conocimiento del usuario. Para poder llevarlo a cabo, lo ideal es la presentación de un texto base que pueda

⁵Martha Sammons. (1999). *The Internet Writer's Handbook*. Allyn & Bacon; Edición: Spi. Citado en Guillermo Franco. (2007). *Cómo escribir para la Web*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas

responder a las preguntas básicas (5W) y luego, la adecuada colocación de enlaces que cumplan distintas funciones para poder satisfacer las necesidades de los usuarios. Según Salaverría, los enlaces pueden cumplir una función documental (añade información) o una función narrativa (apoyo estilístico). Además, pueden clasificarse en:

- Enlaces documentales: información de contexto existente en el archivo
- Enlaces de ampliación informativa: información de contexto reciente
- Enlaces de actualización: actualizaciones cortas que aportan nuevos datos
- Enlaces de definición: profundización de la información con recurso a materias internas o externas

Para lograr entonces una arquitectura de la información que permita a los usuarios poder hacer sus propios recorridos de lectura, Canavilhas propone una arquitectura con cuatro niveles de información (Canavilhas, 2007, p. 213):

Unidad Base: responde a lo esencial (qué, cuándo, quién y dónde). Puede ser la entradilla de una noticia o una noticia de última hora y ofrece una idea general del contenido (Hall, 2001). Este nodo incluye lo que Salaverría (2005) califica como enlaces de ampliación informativa, es decir, enlaces a nodos con más datos sobre el asunto.

Nivel de Explicación: responde al por qué y al cómo, completando la información esencial sobre el acontecimiento. En este nivel se aplica lo que Salaverría (2005) llama los enlaces narrativos como forma de proponer al lector itinerarios de lectura, abriendo recorridos de lectura para los lectores más interesados en un determinado tipo de información. En a partir de este nivel donde se propone la utilización de nodos multimedia.

Nivel de Contextualización: más información sobre cada una de las cuestiones fundamentales, con enlaces documentales y de definición. Desde este nivel, la información aumenta su resolución semántica (Fidalgo, 2004), al añadirse más nodos de información internos (archivo de la publicación) o enlaces a otras fuentes de información externas.

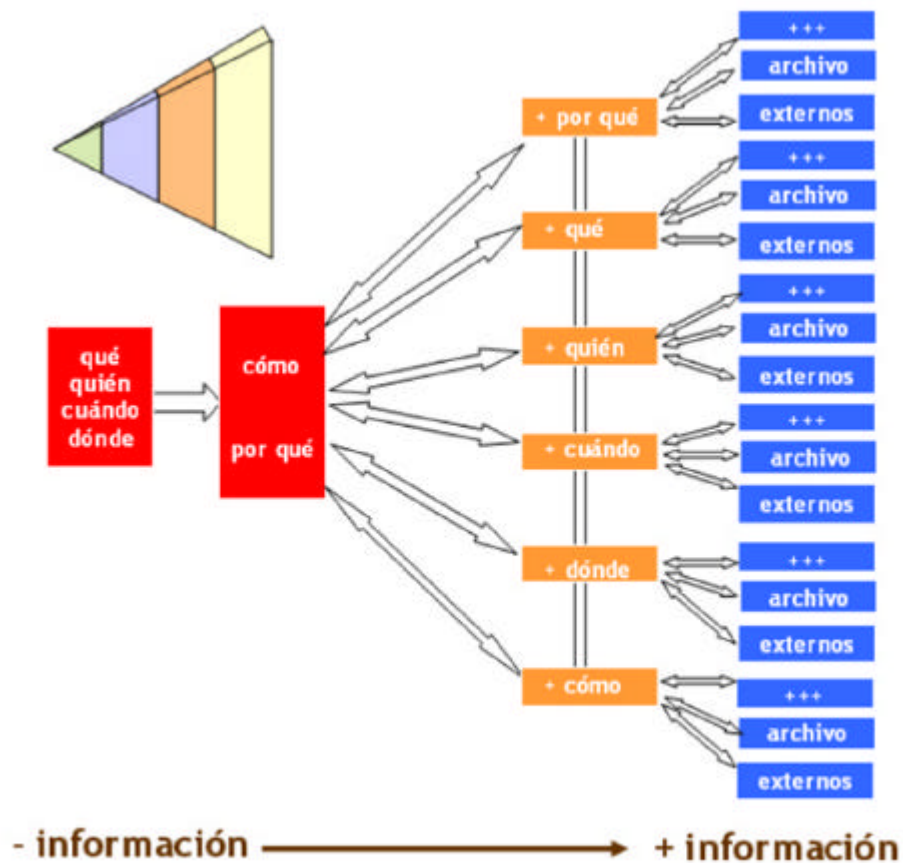
Nivel de Exploración: nivel en que los "enlaces de definición", ahondan más determinados temas, haciendo la conexión con archivos externos.

Canavilhas sostiene además que la adopción de este tipo de redacción de la noticia llevaría inevitablemente a una desaparición de la pirámide invertida. Éste se pregunta si la técnica de la pirámide invertida sigue siendo válida en el webperiodismo, explicando que autores como Nielsen (1996), Rosental Alves (2005) o Zamith (2005), han insistido en la importancia de la pirámide invertida en los medios on line. Otros, como Salaverría (2005) y él mismo, reconocen la importancia de esta técnica en las noticias de última hora, sin embargo la consideran algo limitadora en otros géneros. Hay noticias para las que la pirámide invertida sigue siendo extremadamente útil, tal es el caso de aquellas que no tienen grandes cantidades de información y en las cuales sería muy dificultoso poder crear un texto con narrativa hipertextual como el que se propone.

Sin embargo, el hipertexto abre nuevas posibilidades de recorridos de lectura y permite que el usuario ya no siga una noticia linealmente si no que vaya saltando de enlace a enlace hacia lo que más le interesa. Canavilhas (2007, p.84) explica:

(...) Ya no es el periodista quien determina lo que es más importante, porque la interactividad permite al usuario una lectura muy personal de la noticia. En un estudio sobre los recorridos de lectura (Canavilhas, 2006), se les pidió a los participantes que leyeran un hipertexto con varias opciones de lectura. Mediante la grabación en vídeo de todos los movimientos del ratón fue posible percibir de qué forma actúan los lectores cuando confrontados con múltiples posibilidades de lectura ofrecidas por un hipertexto. En este estudio se concluyó que el 77% de los lectores sigue un recorrido de lectura propio: en el tercer momento de interacción ya existían 22 recorridos de lectura entre los 55 posibles, una variedad que demuestra una preferencia por navegaciones libres.

Tanto Canavilhas como otros autores dedicados a los estudios del webperiodismo (López García, Díaz Noci, Alvarez Marcos, Salaverría, entre otros) propusieron algunas alternativas a la pirámide invertida que poseen cambios sustanciales. Las propuestas son todas muy similares en concepto, por lo tanto se hablará aquí de la definición de pirámide tumbada de Canavilhas, que explica: "En esta arquitectura, la información se organiza horizontalmente de menos a más información sobre cada uno de los elementos de la noticia (qué, quién, dónde, cuándo, cómo, por qué) y es el usuario el que decide qué leer" (Canavilhas, 2010).



6

Este nuevo modo de redacción de las webnoticias no es simple, ya que los periodistas deberán tener en cuenta determinadas cuestiones al momento de su creación. En primer lugar, es importante que cada uno de los nodos de información sea totalmente independiente de los otros, para poder lograr la coherencia global del texto e impedir la confusión del lector. Luego, se debe tener en cuenta que los enlaces estén colocados en palabras relacionadas con la temática del nodo y además, que estén destacados. Los enlaces tampoco podrán ser muchos en un solo párrafo porque podrían causar distracción al lector y por ello mismo deben estar bien distribuidos en el texto y colocados al final de las oraciones. Para que un sistema hipertextual sea eficaz, Theng, Rigny, Thibleby y Jones (1996) son citados en Canavilhas describiendo seis características⁷:

1. Fácil de utilizar
2. Divertido

⁶De "Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW". João Canavilhas. (2007). Livros LabCom, p .86.

⁷Theng, Y. L., Rigny, C., Thimbleby, H. y Jones, M. (1996). *Improved conceptual design for better hypertext*, HCI'96, 181-188. Citado en João Canavilhas. (2007). *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Livros LabCom.

3. Buenas herramientas de apoyo a la navegación
4. Información estructurada y bien organizada
5. Eficaz enlazamiento entre los nodos de información
6. Consistencia en la utilización de íconos o metáforas

En la actualidad, se observa una heterogeneidad con respecto al uso del hipertexto como un nexo para estructurar las noticias. Mientras que algunos portales hacen uso de los enlaces en sus diferentes funciones (documentales y narrativos), otros simplemente los obvian en su totalidad. La experiencia local es bastante pobre: los sitios webperiodísticos que hacen uso de enlaces para ampliar la información sobre la noticia son muy pocos. Lo más observado son los enlaces que llevan a noticias de archivo, cuestión que ocurre debido a que los periodistas no tienen tiempo para chequear enlaces ajenos a su propia web y además, no desean perder lectores llevándolos por fuera del sitio. En el caso de Rosario3.com los enlaces utilizados en la mayoría de los casos dirigen a noticias de archivo que permiten expandir la información que se está leyendo, aunque también se utilizan enlaces a webs institucionales y a redes sociales, como explicaba Ferrarese previamente. La transición del periodismo online al periodismo que utiliza plenamente el lenguaje digital está ocurriendo, sin embargo todavía es complicado para los medios dejar de lado esa construcción de la noticia basada en el diario tradicional y cuesta concebir a las noticias como información estratificada que permita a los usuarios la satisfacción de sus necesidades de lectura. Sandra Crucianelli explica en una entrevista realizada por Matías Manna (2010, p.65):

Hoy estamos ante un proceso profundo de transformación. La aparición del periodismo digital ha modificado los parámetros de trabajos y costumbres con que trabajábamos. La mayoría de los diarios que comenzaron a tener su versión digital lamentablemente no trabajan el formato de hipertexto. Hay muchas deficiencias en el trabajo periodístico en lo digital. Lo que hicieron muchos fue solamente copiar y pegar desde la edición gráfica a una edición web pero el periodismo digital es mucho más que eso. Siguiendo esta característica, lo que se está haciendo es que muchos medios se mantengan en el estado de la web 1.0. Hasta el momento hay tres estados de la web, o lo podemos denominar así: Web 1.0, lo que ocurría en la década del 90, donde el usuario sólo consumía, sólo leía lo que estaba escrito, no había interacción. Posteriormente, podemos hablar de un estado posterior denominado web 2.0, comenzamos a hablar de la democratización de la web, los usuarios pueden interaccionar con el autor mucho más allá de su correo electrónico. Luego, en un estadio superior, la web 3.0, lo que denominamos la web semántica. Muchos medios se dicen ser digitales, solamente por estar en la web. El tener un sitio web, no lo convierte a un medio o a un periodismo en digital. Eso es solamente una cuestión de formato. Siguen siendo medios tradicionales con un espacio en la web que es diferente a hacer periodismo digital. El periodismo digital es otra cosa.

Al respecto, Fernando Irigaray (2012, p.93) expresa que “el error más común es producir contenidos con la misma lógica que los periódicos impresos”. El hecho de generar un enlace para conectarlo con videos, sonidos o imágenes que expresan lo mismo que el texto no implica estar haciendo periodismo digital. Éste va más allá: “Es fundamental cambiar la forma del relato, pensar en hipermedia”.

Para poder lograr este cambio de relato, el cambio de paradigma de analógico al digital, los periodistas deben realizar un proceso de adaptación muy importante. El desarrollo del lenguaje webperiodístico está lejos de la prensa tradicional y de la creación de un texto vertical que vaya de la información más importante a la menor. Ahora, al momento de sentarse a escribir, los periodistas tienen que aplicar los criterios correctos para saber cómo dividir la información en nodos que sean coherentes tanto local como globalmente, es decir, que la información debe tener sentido tanto entre los distintos párrafos como entre los distintos nodos, independientemente del recorrido de lectura adoptado por el lector. También, un periodista flexible y digital debe saber jerarquizar correctamente la información y colocar los enlaces con sentido común.

Por el lado de la audiencia, expertos opinan que los usuarios todavía no están preparados para este cambio tan importante en sus hábitos de lectura. Pasar de un sistema lineal de más de cuatro mil años de antigüedad, a un sistema de lectura no lineal que encima tiene como soporte una pantalla y no un papel, es algo que sin dudarlo genera fuertes argumentos tanto a favor como en contra.

Joao Canavilhas llevó a cabo en su libro *Webnoticia* un estudio para demostrar que las personas cada vez están más adaptadas a esta nueva forma de lectura y que las próximas generaciones de nativos digitales tendrán cada vez menos inconvenientes para leer de esta manera. En él, analiza cuál es la mejor manera de presentar las noticias: si a través de textos largos que obligan al lector a realizar un *scroll* vertical para poder leer todo o mediante noticias estratificadas que también presentan la dificultad de ir saltando de *link* en *link*.

Los resultados mostraron que la noticia presentada con hipertextos tiene un mayor índice de innovación, satisfacción e interés; a pesar de que estudios previos (López, 2003) mostraban una tendencia del usuario a sentirse desorientados entre tantos enlaces. Sin embargo, como ya se ha dicho previamente, el lenguaje del webperiodismo debería ser propio y no prestado de otros medios ya existentes, sino no podrá sobrevivir. Ya que la memoria RAM (*Random Access Memory*: recuperar datos al azar) es uno de los elementos esenciales de una computadora, el lenguaje webperiodístico debería ser también no lineal.

El caso de Rosario3.com es, como se venía explicando, similar al utilizado en grandes diarios que tienen soporte en papel impreso también. La utilización de los enlaces en la mayoría de los casos es a través hipervínculos que dirigen a noticias de archivo, constituyéndose como una forma de ampliación de la noticia que no sale del sitio. Se evidencia también la preferencia por la utilización de la pirámide invertida para la construcción de la misma, como explica Damián Schwarzstein:

No nos aferramos a un formalismo de la pirámide invertida. Para mí, que estoy formado en el diario de papel es más fácil escribir así. Si tengo que escribir una noticia muy rápido, lo escribo con pirámide invertida sin dudarlo, lo tengo incorporado en la mano y no en la cabeza. Para el texto plano, que va a ser subido rápidamente y sin demasiado análisis a la web, se usa la pirámide invertida. Pero no es un dogma. No obligamos a los escritores a hacerlo así. Pero cuando hay que informar la pirámide

invertida para un texto informativo es lo que funciona. Le decís al que está leyendo lo que tiene que saber de manera clara y concisa y se responden todas las preguntas. Si alguien quiere escribir algo más largo o más elaborado o combinar otros elementos y tiene el tiempo para hacerlo, repito que no hay dogmas para hacerlo.

Resulta importante señalar que el desarrollo de la hipertextualidad en los medios argentinos todavía no dio el salto que permitiría desarrollar su total potencialidad. Rubén Canella, Francisco Albarello y Teresa Tsuji (2004) realizaron un estudio sobre el análisis de los medios del país y llegaron a la conclusión de que solamente dos grandes diarios como Clarín y La Nación poseían estructuras hipertextuales con niveles de profundidad de gran complejidad. A pesar de que el estudio tiene diez años de antigüedad, todavía existe una fuerte reticencia al uso de hipervínculos que otorguen libertad al usuario en el recorrido de sus lecturas. Nuevamente, se habla de falta de recursos humanos y de tiempo para poder llevar a cabo estas tareas. Salaverría (2004, p.41) dice al respecto:

Esta práctica [incluir enlaces en los textos] pasa de ser un modesto paso inicial. El verdadero aprovechamiento del hipertexto implica aprender a disponer de manera estratégica las unidades de contenido o nodos para articular un discurso coherente, completo y hasta múltiple. Gracias al hipertexto, el periodista puede proponer a sus lectores diversos itinerarios de lectura, a semejanza de lo que, por ejemplo, Julio Cortázar ideó en *Rayuela*.

De la observación de Rosario3.com se desprendió que a pesar de que no hay dogmas establecidos, como aclara Schwarzstein, el método más utilizado para la estructuración de las noticias es la pirámide invertida. Si bien no existe un desarrollo de la pirámide tumbada idéntico a la teoría propuesta por Canavilhas, se puede hablar de ciertos casos en los que existe una hibridación entre la pirámide invertida y la horizontal. En las noticias simples generalmente no se lleva a cabo ningún tipo de estratificación o profundización de la información a través de enlaces y se redacta la información en base a la utilización de la pirámide invertida. Los hipervínculos son casi inexistentes. Sin embargo, en las noticias más elaboradas o más importantes (las que por su temática tienen gran cantidad de datos para ofrecer al usuario), se puede apreciar una profundización de la información que permite que el usuario tenga un cierto control sobre el recorrido de lectura. Si bien la redacción es a través de la pirámide invertida y no la tumbada, se observa la utilización de enlaces de archivo para permitirle al usuario un criterio de exploración (Codina, 2003). Éste es el que se refiere al tipo de navegación que proporcionan: en las imágenes se puede observar cómo se realiza esta estructuración hipertextual en Rosario3.com. En rojo están remarcados los hipervínculos, siendo enlaces superpuestos las conexiones ofrecidas a partir de un menú lateral o al final del nodo de información y enlaces incrustados los marcados desde las palabras dentro del nodo de información. En la mayoría de los casos, se utilizan los enlaces superpuestos para que el usuario tenga la posibilidad de seguir leyendo sobre el tema en diferentes páginas.

En el ejemplo, la noticia "*La Policía mató a un sospechoso del crimen de Perrone e hirió a otro*" no contiene enlaces en el mismo texto, pero se puede acceder a noticias de archivo relacionadas a través del menú debajo del nodo noticioso. El bloque de texto

de esta noticia está redactado bajo el esquema de pirámide invertida y responde a las 5W, más el por qué:

- ¿Qué?: Muerte del sospechoso de un crimen y otra persona herida de bala
- ¿Quién?: La Policía
- ¿Cuándo?: Hoy (27 de agosto de 2014)
- ¿Dónde?: Barrio Cabin 9
- ¿Cómo?: Diferentes versiones, la Policía dice que fue en un tiroteo y persecución, los familiares del muerto dicen que la Policía entró a su hogar y le disparó mientras dormía
- ¿Por qué?: Porque eran sospechosos del crimen de Perrone, muerto en una entradera

Estas preguntas están respondidas en el mismo nivel de profundización y están organizadas desde la información más importante a la menos importante. Según el esquema de pirámide tumbada de Canavilhas, en una Unidad Base debería haberse respondido sólo lo esencial (Qué, quién, cuándo y dónde) y en un siguiente nivel explicativo debería haberse respondido el por qué y el cómo, sumándole elementos multimedia tales como videos o declaraciones en audio. Recién a partir del nivel de contextualización deberían incluirse los enlaces documentales y de archivo. En este caso, los enlaces de archivo se encuentran inmediatamente debajo del bloque de texto en el menú de Noticias Relacionadas, las cuales son:

- *"Entraderas: ¿los soldaditos de ayer son los ladrones de hoy?"*
- *"La oposición le pega fuerte a Lamberto"*

El usuario puede continuar su recorrido de lectura haciendo clic en cualquiera de los dos *links*. En la imagen de la derecha se muestra la página a la que se dirige el primer enlace de las *Noticias Relacionadas*. En esta noticia se pueden encontrar dos tipos de hipervínculos: uno incrustado en el texto y los enlaces usuales en el menú superpuesto. El primero dirige a la página que contiene la noticia *"Informe multimedia: entraderas, una modalidad de robo en aumento"*. Es evidente por su título que este hipervínculo es documental y estaría ubicado en el nivel de contextualización que propone Canavilhas, junto a los demás enlaces de archivo. La noticia contiene una infografía multimedia con mapas y descripciones de los casos de entraderas más resonantes ocurridos en los últimos meses en Rosario. El enlace superpuesto *"Entradera fatal: un muerto y dos heridos en zona oeste"* dirige a la noticia titulada como tal, la cual también contiene un *link* al informe multimedia y un menú superpuesto que dirige a cuatro noticias del archivo. El usuario puede seguir indagando y profundizando a través de *Noticias Relacionadas* hasta toparse con alguna que ya no posea hipervínculos de ningún tipo. La estratificación de la información en Rosario3.com se logra de manera híbrida: si bien el lector puede recorrer el camino que más desee eligiendo uno u otro enlace y leyendo en diferentes niveles más datos sobre la misma noticia, no se ofrece variedad en los mismos ya que la mayoría responden a enlaces de archivo y no se utilizan otros recursos que no sean multimedia (fotos, videos y esporádicamente infografías), tales como documentos legales, proyectos o enlaces a otros portales que brinden pluralidad de voces. Además, el

usuario se enfrenta con un bloque de texto largo y tiene que *escanear* con la vista hasta cuándo deberá seguir leyendo o no, mientras que con un sistema de pirámide tumbada como el que propone Canavilhas, los datos están divididos en niveles de forma que se puede conocer lo básico con sólo leer la primera página de la información. A partir de allí, queda en el usuario la decisión.

12:04 | miércoles, 27 de agosto de 2014

Tweet Me gusta Compartir 19 341 0

Noticias | Policiales

La Policía mató a un sospechoso del crimen de Perrone e hirió a otro

Los investigadores creen que el muchacho fallecido fue quien disparó la bala que le quitó la vida a Leonardo Perrone en el robo de Riobamba al 4300. Hubo una persecución y un intercambio de disparos en el barrio Cabán 9, en el límite entre Rosario y Pérez. El herido es un primo y su familia asegura que no tuvo nada que ver con la entradera de ayer



Gran espere que pasó en la zona del robo de El Mistol al 100. (Rosario3)

La Policía y la Justicia intentan determinar si dos personas que se involucraron con el Comando Radioeléctrico en El Mistol al 100, en el límite entre Rosario y Pérez este miércoles a la mañana, son dos de los delincuentes que participaron en la entradera de Riobamba al 4300, en la que mataron a una persona e hirieron a otras dos. Ambos, de entre 20 y 30 años, fueron trasladados al Hospital de Emergencias Clemente Álvarez, pero uno de ellos falleció a poco de ingresar. Secuestraron en el lugar un arma 9 mm y una moto. Había gran despliegue policial en la zona.

Según informó el periodista Hernán Funes de Radio 2, uno de los dos sospechosos, Walter Asencio, de 29 años, murió a partir de un balazo en su abdomen. Había ingresado ya con un paro cardiorrespiratorio al Hospital de Emergencias Clemente Álvarez (Heca) y pese a los esfuerzos de los médicos que lo internaron quirúrgicamente, no sobrevivió. El otro, que sería su primo de nombre Sebastián, de 21 años, sufrió una lesión menor en una pierna. Su pronóstico es reservado.

La madre y la hermana de Sebastián negaron que el joven haya tenido algo que ver con la entradera y dijeron que estaba durmiendo cuando la policía entró a la casa y lo atacó con violencia. La policía, en tanto, cree que Walter efectuó el disparo que mató a Leonardo Perrone, de 38 años.

Según fuentes policiales, a Walter, que iba en moto, lo persiguieron desde Rosario e intentó refugiarse en la casa donde estaba su primo, resistiendo a tiros la detención.

El tiroteo se produjo en El Mistol al 100 de barrio Cabán 9, en el marco de la búsqueda de los asesinos de Leonardo. El papá de Leonardo, Eduardo Perrone, de 62, herido en el hecho, se recuperaba en el Heca tras ser operado ayer y estaba lúcido.

Este martes, en tanto, hubo cuatro atentamientos de la Policía de Investigaciones en busca de los responsables del asesinato de Riobamba al 4300. Este miércoles seguían buscando a un supuesto tercer participante en la fatal salidera.

Noticias Relacionadas

Entraderas: ¿los soldaditos de ayer son los ladrones de hoy?
La operación le pega fuerte a Lambert



También te puede interesar.



Nevada recibe al Pacha con ilusiones y rememorado
Tratando de superar la increíble racha de derrotas, o lo que se sumó Maxi, el histórico Raquel reúne lo que le queda y va por la primera victoria de local en el torneo.



Di María tuvo su bautismo en el Manchester
El Fideo debutó en su nuevo equipo, después de protagonizar el paso más comentado de la temporada desde el traslado al Premier League. El súper equipo de Van



Siguen siendo árduos: Argentina venció a Puerto Rico
Más allá de sus grandes actuaciones, el equipo dirigido por Lombi venció a los diez castibonés en el arranque del Mundial de Básquet de España. Este domingo juegan el

12:44 | miércoles, 27 de agosto de 2014

Tweet Me gusta Compartir 0 341 0

Noticias | Ciudad y Región

Entraderas: ¿los soldaditos de ayer son los ladrones de hoy?

El especialista en criminología Francisco Brogita aseguró que no hay relación directa entre ambos fenómenos pero para el fiscal regional Jorge Bacini se trata de dos delitos muy vinculados entre sí



La casa de los Perrone, el lugar de una entradera fatal. (Rosario3)

Ampliar Imagen

Mientras que para el fiscal regional Jorge Bacini el narcotráfico y las entraderas están entrelazadas –incluso había deslizado un comentario del primero al segundo– para el especialista en criminología Francisco Brogita no hay relación directa entre ambos fenómenos. Prueba de ello, –aguntó– es la tasa de homicidios que lejos de disminuir, se mantiene estable y que se relaciona con las disputas territoriales por el control del –aún vigente– tráfico de drogas. Advertió, sin embargo, que sin convicción policial, ninguno de estos delitos es posible.

En diálogo con Radio 2, Brogita, ex director de Prevención y Seguridad Comunitaria y actual docente de Criminología de la Universidad Nacional de Rosario, explicó que desde 2005 investiga el problema de los asesinatos en la región que, sin embargo, comenzaron a disminuir la última ya en 2006. Y es que, desde entonces –añadió– el número de homicidios inició su cuenta atrás.

A su entender, lejos de producirse una migración de criminales del manejo de burkeros a las entraderas, como había aventurado Bacini en un primer momento, ambos delitos se mantuvieron estables e incluso crecieron.

"Si hubiera existido tal desplazamiento, el narcotráfico tendría que haber bajado (como así también) las muertes en los territorios, cosa que no sucedió", subrayó e indicó que el otro dato estadístico más alarmante es una práctica muy común –en promedio, se producen una por día– lo que ha cambiado es la violencia que ahora le empuja.

También en contacto con la 1230, Bacini recibió algunas de sus declaraciones de este martes, cuando, tras la fatal entradera de Riobamba al 4300, opinó que se habría dado un "comienzo" de un delito a otro.

Aclaró que el narcotráfico continúa operativo aunque advirtió "vinculaciones" con los robos en viviendas, algunas "hechas al voleo, otras con trabajo de inteligencia". Coincidió con Brogita en la violencia de las entraderas como dato nuevo.

"Hay una violencia creciente y muy manifiesta. Hace dos o tres años atrás no se usaban armas de fuego, o no se disparaban, o eran de menor calibre", llamó la atención.

Por su parte, el criminólogo alertó que si la situación llegó hasta este punto es porque alguien dejó hacer. Así, aseveró que no existe economía del delito sin convicción policial. "¿Cómo reformamos una policía que participa de gran parte de las acciones delictivas que suceden en el territorio?", se preguntó.



Noticias Relacionadas

Entradera fatal: un muerto y dos heridos en zona oeste

Noticias | Policiales

Entradera fatal: un muerto y dos heridos en zona oeste

Delincuentes abordaron a tres hombres cuando salían temprano esta mañana de su casa de Rosamba al 4300 rumbo al trabajo. Uno de ellos, de 28 años, murió tras recibir varios disparos. Su papá fue intervenido y permanecía estable en el Heca. Su cuñado, fue derivado al Carrasco



El lugar donde se produce la entradera fatal

En una violenta entradera, delincuentes abordaron a tres hombres cuando salían temprano esta mañana de su casa de Rosamba al 4300. Uno de ellos, Leonardo Ferrero, resultó muerto de varios disparos; los otros dos, tuvieron que ser derivados al Hospital de Emergencias Clemente Álvarez (Heca), uno, y al Carrasco el otro.

El papá de la víctima, de 62 años, atravesó una cirugía en su ingle y mano y este martes después de las 20 autoridades del Heca informaron que permanecía internado y "estable". Por su parte, el cuñado de Leonardo, se recuperaba en el Carrasco de un balazo que le traspasó el fémur.

Según informó la periodista Evelyn Machan de Radio 2, el hecho ocurrió alrededor de las 5 de la mañana, cuando el cuñado de la víctima fatal se apresuraba a poner en marcha el auto para ir a trabajar. Junto con su suegro, los tres tenían la costumbre de madrugar y viajar en grupo rumbo a sus obligaciones.

Pero un desperfecto en el coche le impidió calentar los motores. Leonardo salió en su ayuda y fue entonces cuando los ladrones –en principio tres hombres armados– lo amenazaron a punta de pistola y lo llevaron de regreso dentro del domicilio.

En un breve forcejeo en el ingreso mismo de la casa, los revólveres se dispararon y varios proyectiles acabaron con la vida de Leonardo, un padre de familia de 35 años. En el lugar se encontraron cinco vehículos secuestrados.

"Vamos a trabajar como ciudadanos decentes y nos matan como animales", se quejó una vecina que esta madrugada se despertó sobresaltada por los disparos.

Hay **investigaciones por en curso** –recuerdo al Ministerio Público de la Acusación, se registra, en promedio, **una entradera por día**.



Gmail for Business advertisement with logo and text: "Véase más profesional con el e-mail personalizado de Google Apps. Inicie una prueba gratis."

Noticias Relacionadas section with text: "Las entraderas más letales roban sus autos en el garaje. Dejó a su hija sola en la casa y entraron ladrones. 'Prescra el poder de fuego de los delincuentes' Se registra los asaltos de conpaguerra motorizada"

Noticias | Policiales

Informe multimedia: entraderas, una modalidad de robo en aumento

Rosario3.com te muestra en este trabajo cómo operan los delincuentes que abordan a sus víctimas cuando entran o salen de sus casas. El resumen de los hechos más recientes



ENTRADERAS Y SALIDERAS: UNA MODALIDAD DE ROBOS EN ALZA

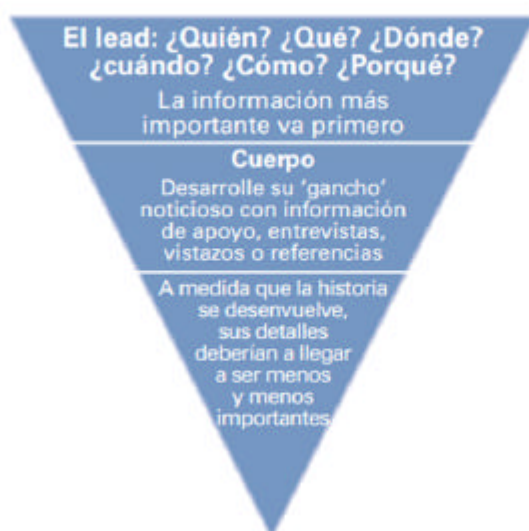
Recorra junto a nosotros los puntos más calientes de la ciudad con información contextual y multimedia que le ayudará a comprender en forma global esta nueva modalidad delictiva que aqueja a los rosarinos.

Por otro lado, Guillermo Franco (2007, p.53) sigue sosteniendo que la pirámide invertida es necesaria para que los usuarios puedan informarse rápidamente sobre lo que desean conocer y sostiene que "esta forma de presentación de contenidos es la que más se ajusta al ambiente digital y satisface las necesidades de los usuarios, tanto

en páginas de inicio, resultados de búsquedas y canales RSS, como boletines enviados a través de correo electrónico”.

Franco también efectuó una propuesta para la estructuración de los textos noticiosos basada en el artículo de Jakob Nielsen (2010) *Scrolling and Attention*, con el objetivo de evitar grandes bloques de texto y facilitar el ritmo de lectura de las personas que por lo general *escanean* la página en búsqueda de aquello que más les interese. Nielsen sostiene que las personas, a pesar de que se encuentran familiarizadas con el acto de hacer *scrolling*, se abruma ante grandes bloques de texto y solamente leen los primeros párrafos. Por este motivo, tanto Franco como Nielsen están de acuerdo con que se siga utilizando la pirámide invertida en los textos periodísticos, pero proponen una vuelta de tuerca al nivel básico de utilización de la misma⁸.

Pirámide invertida, nivel básico de utilización



Referencia: <http://www.delawarenationalguard.com/upar/images/invertedp.gif>

Guillermo Franco considera que el periodista puede desarrollar un segundo y un tercer nivel de utilización de la pirámide invertida que facilite al usuario la lectura de los textos y a la vez les permita desarrollar su propio camino.

- Segundo nivel de utilización de la estructura de la pirámide invertida: texto lineal dividido temáticamente en la misma página web.

En este nivel los textos lineales están divididos temáticamente. El periodista debe escribir nodos de información totalmente independientes entre ellos (subtemas), por lo tanto no siempre puede ser aplicado a todos los textos. Además, esta independencia

⁸De "Cómo escribir para la Web", Guillermo Franco, 2007, Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas, p. 55

a veces puede llegar a ser parcial, lo que se denomina como lectura no lineal restringida⁹.

Pirámide invertida, segundo nivel de utilización

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



En el ejemplo de la imagen siguiente se puede observar la utilización de titulares para romper con la uniformidad del texto en Rosario3.com. Si bien esta propuesta va más allá y recomienda que cada uno de los subtemas sea totalmente independiente de los demás (deben ser coherentes y entenderse por sí mismos) no siempre es fácil lograrlo. En este caso, la noticia de la izquierda está dividida en varios bloques que facilitan la lectura del usuario, que de otro modo sería difícil debido a la extensión de la nota. En cuanto a la independencia de cada uno, "La nueva oferta", "Mañana de asamblea", "Negociaciones de madrugada" y "Domingo tenso" son unidades de texto que pueden leerse separadamente y pueden ser entendidas a la perfección. En la noticia de la derecha, el subtítulo "Defender la vida y la paz" no lidera un texto que resulte coherente por sí mismo. Esto evidencia que la utilización de esta forma de estructuración de las noticias largas depende en gran parte de la persona que escriba el texto y no existe un criterio unificado en la redacción.

⁹De "Cómo escribir para la Web", Guillermo Franco, 2007, Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas, p. 57

Two screenshots of a news website showing an inverted pyramid structure. The top part of the article contains the most important information, with sub-sections and images. The bottom part contains less critical details and background information. Red boxes highlight specific sections: 'La nueva ley', 'Informe de expertos', 'Impactos de la reforma', and 'Contexto internacional'. The right sidebar contains related news and social media links.

- Tercer nivel de utilización de la estructura de la pirámide invertida: texto lineal dividido en subtemas que aparecen en diferentes páginas web.

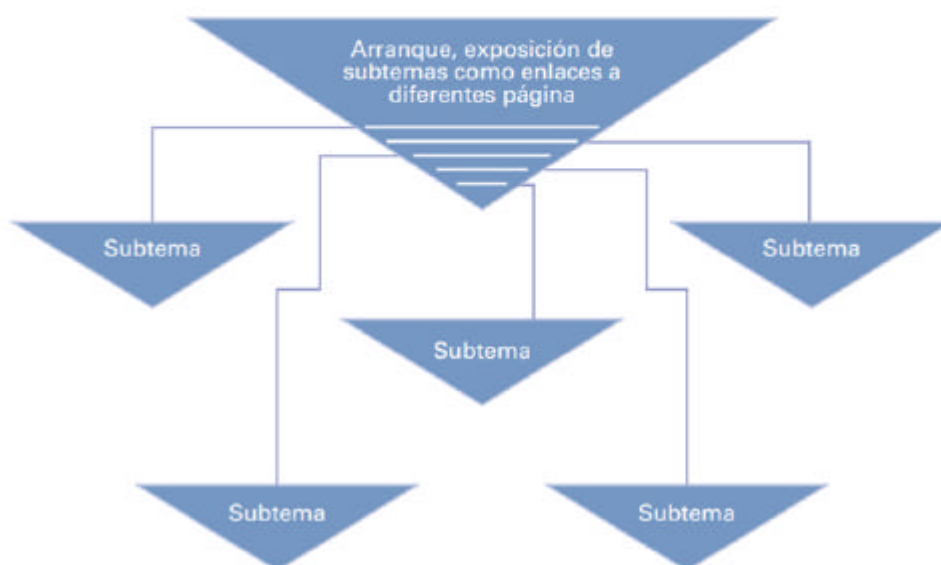
En ese nivel se hace un uso real del potencial de la hipertextualidad. El texto debe poseer un párrafo introductorio que responda a las necesidades básicas de información de los usuarios (las 5W) y a partir de allí, serán ellos los que decidan la ruta de lectura a tomar. Esta forma de escritura es bastante complicada de llevar a

cabo, ya que los periodistas deben realizar un ejercicio de clasificación y jerarquización de la información. Explica Guillermo Franco (2007, p. 58)¹⁰:

“(…) Podríamos decir que tienen un peso, si se quiere un orden, relativo diferente: una vez definidos el tema y los subtemas, que van en diferentes páginas, el ejercicio de jerarquización se concentra en entregar los elementos de estos últimos en orden decreciente de importancia. El resultado final de este trabajo es una introducción del tema, seguida por enlaces que llevan a los subtemas. El orden en que son presentados los subtemas puede sugerir una ruta de navegación, pero el usuario puede optar por una ruta alternativa. Esto supone que es el usuario quien determina la jerarquía de la información (qué es lo más importante y lo menos) y, en últimas, es quien construye su propia pirámide. Otra manera de expresarlo: en este nivel hay una ruptura de la linealidad”

Pirámide invertida, tercer nivel de utilización

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



Jakob Nielsen (1997) explica que:

El hipertexto no debería ser usado para segmentar historias lineales largas en múltiples páginas: tener que descargar varios segmentos retarda la lectura y hace la impresión más difícil. La estructura de hipertexto apropiada no es un simple flujo de 'continúa en la página 2'; en cambio, divide la información en pedazos coherentes de forma que cada uno se concentre en cierto tópico o tema. El principio guía debe ser el de permitirles a los lectores seleccionar aquellos temas que les interesan y solo descargar

¹⁰De "Cómo escribir para la Web", Guillermo Franco, 2007, Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas, p. 59

aquellas páginas. En otras palabras, la estructura de hipertexto debería estar basada en un análisis de audiencia.

Esta propuesta de utilización de la pirámide invertida no fue observada en Rosario3.com, ya que no se han encontrado ejemplos de textos que estén divididos en subtemas a través de hipervínculos. Solamente se ha observado el segundo nivel de utilización de la pirámide invertida, donde los subtítulos son los que dividen el bloque de texto pero el usuario en este caso no tiene que salir de la página para seguir leyendo la información. Damián Schwarzstein aclara que si bien se planteó esta posibilidad, solo “se lleva a cabo en la medida de lo que se puede y en el caso de las noticias que lo merecen”. Agrega además:

El hipervínculo es clave. (...) La información es cada vez más un *commodity*. (...) Si yo te transparenteo el recorrido informativo y te muestro qué más leer y por dónde más navegar si te interesa esto, es un muy buen recurso. El hipervínculo hay que usarlo en ese sentido y lo subutilizamos en ese sentido. Los medios en general lo utilizan aunque esté el tema del tiempo.

Análisis de las tipologías hipertextuales informativas

Javier Díaz Noci y Ainara Larrondo Ureta (2012), así como también Alejandro Rost (2006), proponen un análisis para analizar las estructuras hipertextuales en las portadas de inicio de los sitios periodísticos y los enlaces semánticos que presentan los contenidos de actualidad reciente en las noticias individuales. El mismo será efectuado en Rosario3.com para conocer más a fondo como se lleva a cabo la utilización del hipertexto en el sitio. Esto permitirá analizar si se le permite al usuario navegar por el portal libremente creando sus propios recorridos de lectura, característica esencial del hipertexto ideal. Primero, son necesarias algunas definiciones:

Los enlaces pueden ser clasificados en enlaces estructurales y enlaces semánticos. Los estructurales o de categorías son aquellos que conforman los sistemas de navegación que ofrece el medio y están ubicados en *frames* fijos en los extremos del sitio. Los enlaces semánticos relacionan los propios contenidos entre sí y se utilizan para asociar contenidos y generar sentido. Estos serán los que interesen para el análisis (Rost, 2006, p. 292). En la imagen número 1 se observa un ejemplo: en rectángulos rojos están marcados los enlaces estructurales y en verde los semánticos. Los estructurales se conforman como una manera de poder navegar por el medio de comunicación, ofreciendo al usuario opciones fijas, es decir que siempre ocupan el mismo lugar en la página. En el caso de Rosario3.com forman parte de éstos las diferentes secciones del portal (Último Momento, Noticias, Deportes, Ocio, Opinión, Comunidad, Educación, Salud y Videos) y el *Pack Básico* y *Las Noticias Más Leídas*. Los enlaces semánticos son aquellos que permiten al usuario establecer un recorrido de lectura por los contenidos del sitio, ampliando la información sobre la noticia que está leyendo en el momento. Además, no son fijos, si no que se van modificando con las diferentes informaciones del portal. En este caso los enlaces semánticos son los incrustados dentro del texto (*explicó que 300 nuevos oficiales se sumarán a los 300 que tenía la ciudad y operativo sorpresa del 9 de abril*) además del menú superficial o superpuesto constituido por las

Noticias Relacionadas ('Bonfatti con Berni: "estamos demostrando que podemos"', 'Fein sobre los gendarmes: "la ciudad está mucho mejor"', 'Según Berni, el delito bajó el 50% desde la llegada de Gendarmería'). La clasificación en incrustados y superpuestos es denominada como *Modo de Exploración* por Codina (2003, p.150).

Codina (2003, p. 150) también clasifica a los enlaces en secuenciales y no secuenciales. Los secuenciales tienen como función mantener la cohesión y la estructura argumentativa, expositiva, entre otras, del hiperdocumento; es decir, facilitar una exploración secuencial del contenido del mismo. Los no secuenciales tienen como objetivo facilitar accesos en función a diversos criterios, y poder acceder así a una sección sin tener que pasar por todas las que la preceden. En el caso del ejemplo, los enlaces semánticos observados (rectángulo verde) son secuenciales, ya que para poder acceder a los mismos el usuario debe ingresar primero a la noticia y se establecen como una manera de mantener la cohesión del texto.

En cuanto al destino de los mismos, ya se ha establecido previamente que en la mayoría de los casos Rosario3.com establece enlaces internos, es decir, que no salen por fuera del sitio web. En el ejemplo de la imagen número 1, todos los enlaces semánticos del ejemplo conducen a noticias de archivo que sirven como forma de reforzar la información que se le brinda al usuario. Se han constatado pocos casos en los cuales los enlaces son dirigidos por fuera del sitio web, siendo la mayoría de estos noticias internacionales. En la imagen número 2 se ve un ejemplo de lo citado: la noticia "Otra mirada: el hombre que nació con la cabeza al revés" cita como fuente al diario *DailyMirror* y enlaza a la página web que contiene la noticia original. El criterio de su utilización está basado principalmente en evitar que los usuarios terminen navegando en páginas de la competencia: por ello, únicamente se utilizan enlaces externos en casos de páginas de *Facebook*, institucionales, *Twitter* y medios extranjeros, como aclaró Ferrarese previamente.

T: 12° H: 98%

INGRESAR | REGISTRARSE | Clasificados | Comunidad | FM 97.3 WDA | PLUS | RADIC | Facebook | Twitter

rosario3.com
Miércoles 07 de mayo de 2014 09:55 Hs.

ULTIMO MOMENTO · NOTICIAS · DEPORTES · OCIO · OPINION · COMUNIDAD · EDUCACION · SALUD · VIDEOS · BUSCAR

09:42 | miércoles, 07 de mayo de 2014 | Tweet | Me gusta | Compartir | 2 | +1 | 0

Noticias | Ciudad y Región

La nueva configuración del delito rosarino, según Gendarmería

El jefe del destacamento local de la fuerza dijo que hoy las bandas se dedican a muchas actividades al mismo tiempo. Sostuvo que lo importante no es el número de efectivos sino que haya buenos planes de seguridad



"La presencia es importante, pero tiene que ir de la mano de programas integrados", dijo Pereyra.

[Ampliar imágenes](#)

El jefe del Destacamento Móvil II de Gendarmería, Omar Pereyra, explicó que 300 nuevos oficiales se sumarán a los 300 que tenía la ciudad antes del operativo sorpresa del 9 de abril. Así, una vez que se reintegren los fuerzas policiales que hoy operan en la ciudad, quedará una base operativa permanente que duplicará la original. Para Pereyra, se trata de una "cifra importante pero relativa". De este modo destacó que el trabajo de prevención depende de "la metodología de trabajo". Resaltó la articulación con la policía provincial y la buena recepción de los vecinos.

Además, habló de ciertas características del delito en Rosario y sostuvo que las bandas se han convertido en verdaderos polítritos: una misma organización se dedica al tráfico de droga, los robos y administra redes de trata.

En diálogo con RadRóps, el programa que conduce Roberto Caferra por Radio 2, el jefe de los gendarmes que operan en Rosario se refirió a la decisión que el secretario de Seguridad, Sergio Berni, dio a conocer este martes tras su paso por la ciudad. Tras entregar 100 camionetas blindadas, reiteró que gendarmes y prefectos se quedarán "por unos meses" y luego, cuando el operativo concluya, quedarán 600 agentes fijos en el destacamento, 300 más de los que ya había antes del desembarco de las fuerzas en abril.

"La presencia es importante, pero tiene que ir de la mano de programas de seguridad y prevención diseñados e integrados", evaluó e indicó que los nuevos gendarmes que quedarán fijos en la ciudad provienen de varios puntos del país, como él mismo que hace tiempo dejó su Misiones natal para recorrer con su uniforme verde el país. Hace un año que está en Rosario, contó.

Finalmente, sobre la realidad rosarina, señaló que no es muy diferente a la de otros grandes centros urbanos. Indicó que la diferencia radica en la naturaleza misma del mundo del delito que ha diversificado sus actividades. Así, explicó que antes se solían encontrar bandas que se dedicaban puntualmente a un sólo delito, hoy, en cambio una misma organización desarrolla varias actividades paralelas: planea robos, trafica drogas y administra redes de trata, entre otras.

Noticias Relacionadas

- Bonfatti con Berni: "Estamos demostrando que podemos"
- Fin sobre los gendarmes: "La ciudad está mucho mejor"
- Según Berni, el delito bajó el 50% desde la llegada de Gendarmería

NUEVA TECNOLOGÍA
MINI FUE
Desde \$5.500.-
[Click aquí](#)

hair
Recovery

Pack Básico

- Denuncian el robo del sonido de las Aguas Danzantes
- El país estrena Ministerio de Cultura y Teresa Parodi está al frente
- A media luz amanecer cargado de niebla
- Seis muertos al chocar dos autos en la ruta 34
- Piden sancionar a locales que cobren plus por recargar la TSC

Noticias más leídas

- 1 Animador de motociclismo fue arrojado por un rodado
- 2 Bonfatti con Berni: "Estamos demostrando que podemos"
- 3 Newell's espera un sí de Gareca pero no pierde de vista a Bertizo
- 4 Protección total: llamativa campaña de preservativos
- 5 Piden sancionar a locales que cobren plus por recargar la TSC

Imagen número 5

Otra mirada: el hombre que nació con la cabeza al revés

Claudio Vieira de Oliveira padece de artrogriposis múltiple congénita, un síndrome caracterizado por contracturas congénitas no progresivas. Tiene 37 años, es contador y recorre Brasil contando su historia



Claudio Vieira va por la vida casi como "El cieguito volador" de Sumo. ([The Mirror](#))

[Ampliar Imágenes](#)

Claudio Vieira de Oliveira padece de artrogriposis múltiple congénita (AMC) es un síndrome caracterizado por contracturas congénitas no progresivas.

Por la enfermedad, su cuello está tan doblado hacia atrás que su cabeza queda suspendida y boca abajo sobre la espalda.

Más allá de esta y otras complejidades, Vieira, de 37 años, aprendió a desenvolverse con independencia en tareas que para él son de gran dificultad, más si se tiene en cuenta que sus extremidades también están deformadas.

"Sé encender el televisor, responder el celular, encender la radio", contó al [Daily Mirror](#). Todas estas actividades las realiza con su boca y labios.

Lejos de considerar su discapacidad como un obstáculo, Claudio Vieira se graduó como contador y, desde entonces, se dedica a viajar por Brasil alentando a otros a superar los obstáculos

"A lo largo de mi vida he podido adaptar mi cuerpo al mundo, no me veo a mi mismo como diferente, soy una persona normal. Una cosa que suelo decir en mis intervenciones es que no veo las cosas al revés", dijo.

Imagen número 6

En cuanto al contenido de los enlaces, Alejandro Rost (2006, p.293) los clasifica en:

- De actualidad reciente: son enlaces entre las noticias del día del portal. Permiten conectar las noticias del medio pero no brindan un valor añadido.

- Cronológicos: conducen a noticias relacionadas con el tema del día y que fueron publicadas en fechas anteriores por el medio. Ofrecen un *background* al lector que le permite conocer más sobre la noticia en cuestión.
- Documentales: Permiten profundizar sobre la información actual, a través de grandes reportajes, multimedia, infografías animadas, fotogalerías, documentos sin procesar periodísticamente (leyes, fallos judiciales, por ejemplo). Exigen una lectura más reposada por parte del usuario.
- Interactivos: Son los que vinculan las noticias con la interactividad comunicativa del sitio. De esta manera el medio alienta la participación del usuario en la construcción de la noticia.

En Rosario3.com los enlaces más utilizados son los cronológicos: como ya se observó, es muy común que cuando hay un seguimiento de una noticia de relevancia para la sociedad, se generen enlaces dentro de la misma hacia informaciones anteriores que permitan conocer al usuario cómo, dónde y por qué se originó el hecho. El caso para los hipervínculos de actualidad reciente es similar: a veces la noticia que se utiliza para reforzar la información ocurrió dentro del mismo día e igualmente se lleva a cabo el enlazamiento. En ejemplos anteriores se observó también la presencia de enlaces documentales, dirigidos en ese caso a un informe multimedia sobre las entraderas en la ciudad de Rosario. Los enlaces documentales son menos comunes que los cronológicos, pero pueden ser encontrados más asiduamente en el caso de *links* a fotogalerías y archivos multimedia más que en el de documentos legales o grandes reportajes. Los enlaces interactivos también son escasos, aunque se han observado casos en los cuales la noticia dirige a una encuesta. En la imagen se puede observar este caso: la noticia "*Trasladar la Capital del país: un debate abierto*" brinda como opción una encuesta en la que pueden participar los lectores, "*¿Estás de acuerdo con que Rosario sea la capital del país?*".

A FAVOR **EN CONTRA**

Trasladar la Capital del país: un debate abierto

17.14 |

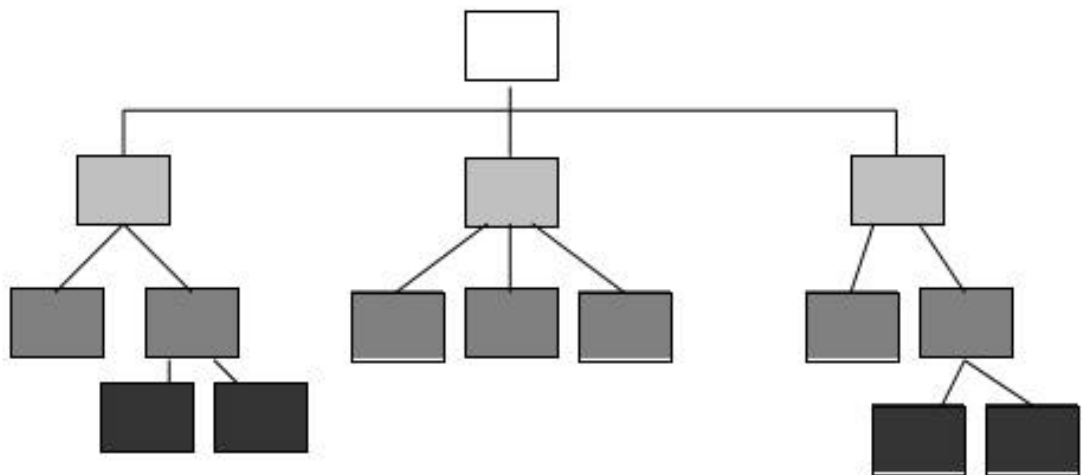
La propuesta de la presidenta Cristina Kirchner para seleccionar una nueva ciudad como sede de gobierno federal disparó diversas opiniones. ¿Rosario tiene chances? Argumentos a favor y en contra de referentes políticos, más tu voto en una encuesta, en este informe

↳ **Encuesta** | *¿Está de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?*

En cuanto a las estructuras hipertextuales, (Rost, 2006, p.280) pueden clasificarse en:

- Jerárquicas: La misma presenta un nodo principal desde el que se desprenden otros secundarios, cada vez con menos niveles de importancia. No hay hipervínculos entre nodos del mismo nivel, y si esto ocurre pierde la jerarquía pura. Esta clase de estructura resulta muy útil para exponer ideas en un orden, por lo que encaja muy bien con el periodismo. Además, sirve para eliminar posibles ruidos en la interpretación, sirve como guía, es de fácil utilización, edición y mantenimiento y ágil navegación. Sin embargo, no resulta para nada novedosa, ya que es igual al periodismo impreso.

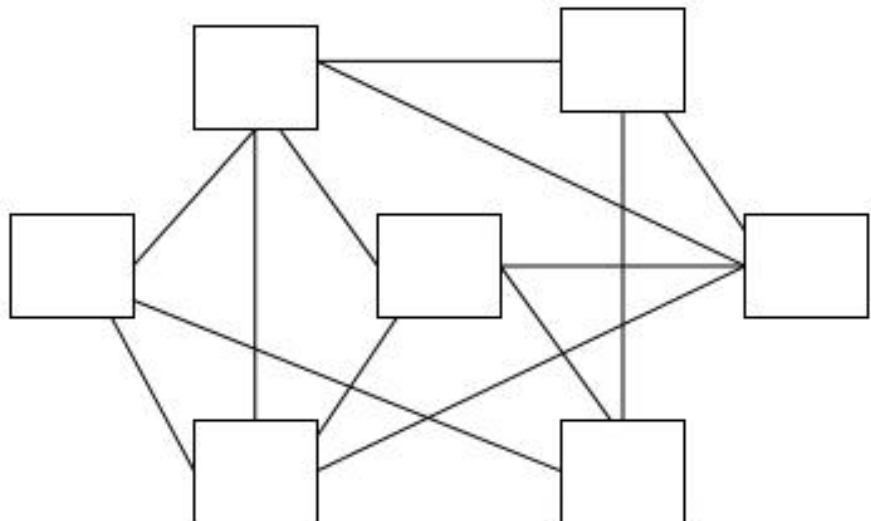
Gráfico 1: Ejemplo de estructura jerárquica



11

- Estructura en red: aquí no existe ningún tipo de jerarquía. El orden lo decide el lector. Hay dos tipos de estructura en red:
 - o Red caótica: en este tipo de estructura todos los nodos están relacionados con todos. Esto significa que existen múltiples formas de reconstrucción del discurso, pero también significa que el usuario puede perderse en una marea de enlaces desorganizados. No resulta útil para el periodismo.

Gráfico 2: Ejemplo de estructura en red caótica

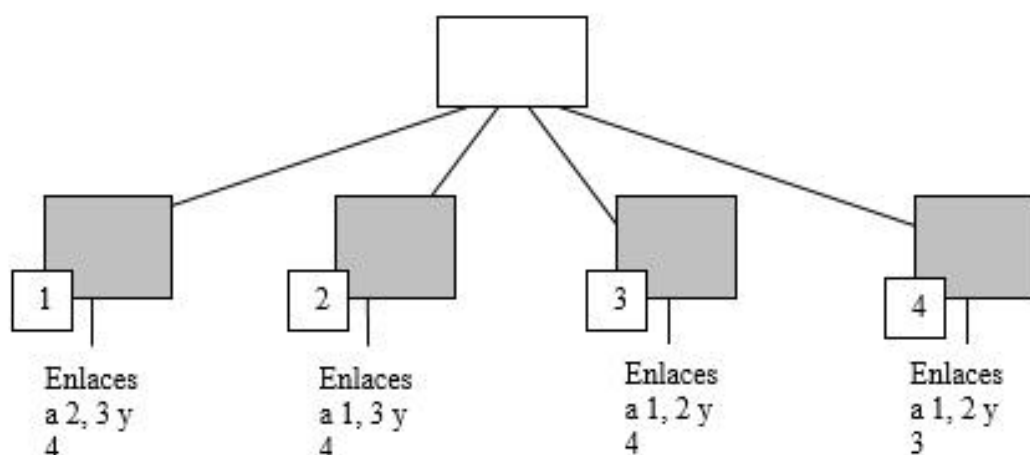


12

¹¹De "La interactividad en el periódico digital", Alejandro Rost, 2006, Universitat Autònoma de Barcelona, p. 286

- Red organizada: En ella, todos los nodos relacionados tienen enlaces con todos. Es útil para el usuario que conoce sus alternativas, que sabe todo de entrada y a partir de allí decide sus movimientos. Sin embargo, si existen muchas opciones por nodo, se puede empañar el orden y la comprensión del tema.

Gráfico 3: Ejemplo de estructura en red *organizada*



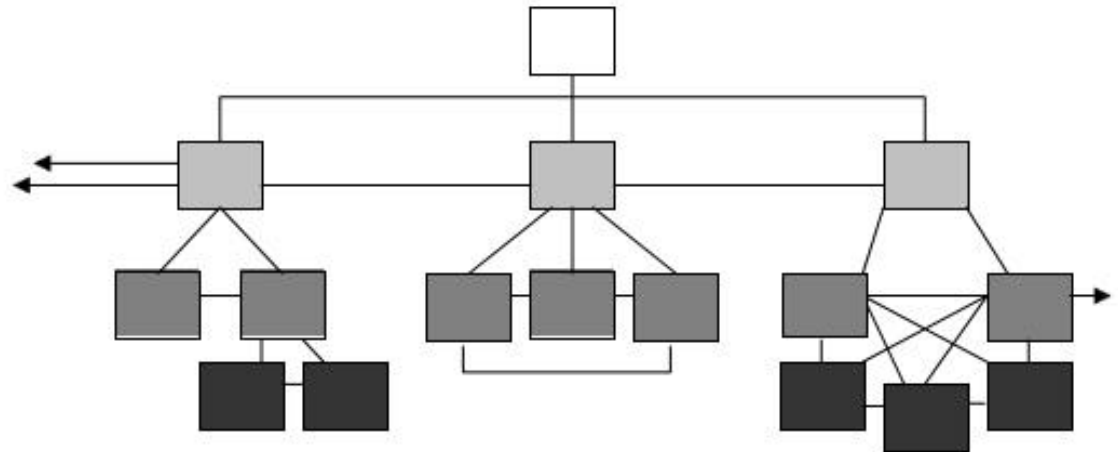
13

- Estructura mixta: esta posee ventajas de las estructuras jerárquicas y de las en red. Es totalmente adaptable a los contenidos periodísticos, ya que brinda una posibilidad de vinculación sólo cuando es necesario. La ventaja que brinda es la inexistencia de bloques estancos.

¹²De "La interactividad en el periódico digital", Alejandro Rost, 2006, Universitat Autònoma de Barcelona, p. 287

¹³De "La interactividad en el periódico digital", Alejandro Rost, 2006, Universitat Autònoma de Barcelona, p. 290

Gráfico 4: Estructura mixta



14

En el caso de Rosario3.com se puede observar que la estructura hipertextual con la que se organizan es mixta: de las tres noticias principales del sitio, una sola contaba con enlaces hacia otras páginas. En este primer nivel (1) se puede observar que la primera noticia *“Trasladar la capital del país: un debate abierto”*, cuenta con hipervínculos jerárquicos hacia otros niveles de información (2), pero uno de ellos (la encuesta) puede ser accedido desde la página principal y también desde el interior de la noticia. Esto hace que los nodos sean accesibles de manera horizontal y no sólo vertical, lo que le otorga a la estructura la característica de mixta entre jerárquica y en red.

De la imagen de ejemplo se desprende que en la primera noticia (*“Trasladar la capital...”*) existen dos enlaces que dirigen hacia otras páginas: uno incrustado en el texto y otro que forma parte del menú superficial. Ambos llevan hacia otras dos noticias (*“Polémica por la propuesta de Rosario capital”* y *“Sukerman: Rosario podría avanzar en su autonomía por sí misma”*) las cuales no están relacionadas entre sí. Éstas a su vez otorgan al usuario la posibilidad de seguir indagando en informaciones de archivo a través de enlaces incrustados y superpuestos, que no fueron incluidos en el análisis por cuestiones de espacio. Los hipertextos en Rosario3.com están organizados de manera tal que el usuario tenga la posibilidad de indagar en la información de manera jerárquica, pero las posibilidades de hacerlo horizontalmente están bastante reducidas.

¹⁴De *“La interactividad en el periódico digital”*, Alejandro Rost, 2006, Universitat Autònoma de Barcelona, p. 291

Puerto Norte

A FAVOR

EN CONTRA

Trasladar la Capital del país: un debate abierto

12:54

La propuesta de la presidenta Cristina Kirchner para seleccionar una nueva ciudad como sede de gobierno federal disparó fuertes opiniones. ¿Rosario tiene chances? ¿Argentina es favor o en contra de refererentes políticos, más la voto en una encuesta en este infame

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

Investigan si policía jubilado mató a su hijo y se suicidó

18:21

Un joven de 32 años habría sido asesinado por su padre, un agente retirado de 64, quien después se quitó la vida, según fuentes policiales. Workers contactó que antes de los disparos se escuchó una discusión en la casa.

Publican en Flickr más de 2 millones de fotos antiguas

18:33

Desde Internet Archive publicaron en la plataforma social imágenes de fotos de derechos que van desde el año 1.500 hasta 1.822

1

Trasladar la Capital del país: un debate abierto

15 MB OPERA HASTA 30% OFF

A FAVOR EN CONTRA

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

1

Investigan si policía jubilado mató a su hijo y se suicidó

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

1

Publican en Flickr más de 2 millones de fotos antiguas

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

2

Política por la propuesta de Rosario capital

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

2

¿Rosario? "Rosario podría ser sede de gobierno por sí misma"

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

2

¿Rosario? "Rosario podría ser sede de gobierno por sí misma"

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

¿Encuesta? ¿Cuál de acuerdo con qué Rosario sea la Capital del país?

Resumen

- Los hipertextos dentro de las noticias en Rosario3.com son generalmente de archivo e internos. En ocasiones aisladas, dirigen a sitios externos (cuando son noticias internacionales), a cuentas en redes sociales o a páginas institucionales.
- La pirámide tumbada desarrollada por Canavilhas se utiliza de manera híbrida: se ofrece la posibilidad al usuario de ampliar la profundización de la información en diferentes niveles, pero todavía sigue vigente la utilización de la pirámide invertida.
- La estructuración hipertextual es una mixtura de la organización jerárquica y en red: los contenidos son presentados de manera vertical en la mayoría de los casos, aunque hay veces en las que los nodos se conectan horizontalmente también.

Conclusiones

El periodismo digital tiene que romper con la barrera de la linealidad y la unidireccionalidad que se plantea en los medios tradicionales. Algunos periodistas digitales todavía están trabajando bajo las rutinas del periodismo clásico adaptadas y evolucionadas hacia el medio digital. Otros, los más avanzados, están creando y consolidando unas nuevas rutinas propias de un proceso de comunicación multimedia, multilineal e interactivo. Hacia allí se debe apuntar para el establecimiento de un nuevo lenguaje en el periodismo digital. Un webperiódico debe constituirse en base a contenidos de múltiples relaciones, ofreciendo a los usuarios información inmediata y actualizada, correctamente verificada, con varios niveles de profundización y posibilidades de personalización de la misma. Además, debe saber aprovechar el lenguaje hipertextual, incluyendo al usuario en la conformación de la noticia, permitiéndole ser parte de la construcción de la actualidad.

Como explica Gumersindo Lafuente: “Ya pasó la hora de buscar certezas donde sólo hay incertidumbres. Mucho se habla de la crisis del periodismo acelerada por la convergencia digital, y de la tragedia económica de los medios, pero es hora de acostumbrarse al nuevo escenario y a sus reglas de juego”. Los medios digitales tienen que saber que el tiempo de adaptación está por terminar, y que el momento de cambiar es hoy. Según estadísticas del Centro de Investigaciones PEW, cada vez más son las personas que deciden informarse a través de Internet. No sólo lo hacen a través de los sitios web, sino que también dentro de las redes sociales. Veinte años después del surgimiento de Internet los medios siguen sin poder desarrollar al máximo la potencialidad de su presencia en la Web, cayendo en la mayoría de los casos en un simple copiar y pegar contenidos. No es fácil: “Los periódicos online continúan lejos de explotar todo el potencial de la Web, en parte porque la naturaleza cambiante del medio dificulta la consolidación de un lenguaje, pero también porque faltan recursos para conseguirlo”, explica Canavilhas.

Ante la falta de recursos humanos, técnicos y de dinero, Rosario3.com se encuentra en una situación similar a la de varios webperiódicos nacionales e internacionales también. Los contenidos son presentados en un portal ameno e intuitivo para el usuario, en el que se intenta explotar la multimedialidad de la mejor manera posible. Hay gran variedad de videos y galerías de imágenes en una sección dedicada a esto exclusivamente; así como también audios, infografías y especiales multimedia. El diseño en general es fácil de utilizar y de comprender, lo que resulta en una usabilidad agradable. Sin embargo, la brecha entre el medio y la sociedad todavía es grande. No existe un criterio de desarrollo de contenidos enfocado hacia el usuario. No existe la personalización de la información en su máxima expresión. Algunas características constitutivas del periodismo digital han podido avanzar más que otras y esto queda patente: la inmediatez de la información y la multimedialidad ya forman parte de la cotidianeidad de las personas. No se puede imaginar un medio digital que no posea videos, fotogalerías o infografías multimedia, o que no presente sus contenidos al instante. Sin embargo, todavía no existe un aprovechamiento en los criterios de

redacción y jerarquización de la información que permitan al usuario una plena experiencia digital.

La propuesta es aprovechar las vías de interacción con el usuario, promoviendo el debate y la participación y mejorar las herramientas de navegación y recuperación de los contenidos del sitio, tales como el buscador. Además, mejorar la construcción de la noticia en cuanto a la narrativa hipertextual, brindando posibilidades de recorrer diferentes caminos de lectura a los usuarios. Se debe hacer hincapié en abandonar el sistema tradicional y abordar el digital de una vez por todas. El camino ya está allanado. Solo queda el esfuerzo final, siempre con el objetivo en mente: pensar en el usuario.

Anexo

Entrevista a Damián Schwarzstein realizada en febrero de 2014

1. ¿En qué año comenzaron a desarrollar la página web? ¿Cuál fue el contexto del surgimiento de Rosario3?

La página se comenzó a desarrollar en el año 2006. En realidad, Rosario3 ya existía desde antes, pero como una página que el grupo Televisión Litoral tenía prácticamente como institucional. Le ponían alguna información, pero tenía una dinámica escasa. Eran cuatro o cinco noticias por día, y en ese momento, una columna de Valeria Schapira y no recuerdo si otra de Luis Novaresio. A fines de 2005, Televisión Litoral se propone convertir esta página en un sitio web de información y me contacta para el proyecto. Éste comienza en mayo de 2006 y la puesta en línea es el 20 de julio de 2006. Lo que se pretendía era tener un grupo que producía en sus medios audiovisuales un volumen de información muy importante, tener otro soporte para volcar esta información y tener información propia producida por Rosario3.

2. ¿Cómo funciona la convergencia de medios entre Rosario3, Radio 2 y Canal 3?

El criterio editorial es propio de Rosario3. En parte, las producciones se trabajan en conjunto, nosotros tenemos un intercambio de información permanente con las producciones, con los programas de Canal 3 y Radio 2. Nosotros sabemos cuáles son las cosas que están trabajando. Muchas veces alimentamos esas producciones o ellas nos alimentan a nosotros. A veces un determinado tema está bueno que lo haga la radio primero y que nosotros lo hagamos después. Si el tema pasa por una entrevista, es preferible que la haga la radio. Si es una entrevista del momento. Si la punta informativa requiere otro tipo de elaboración, chequear información o fuentes, conviene que lo inicie Rosario3. En realidad esto no funciona aceitadamente siempre, pero muchas veces funciona como corresponde. Se trata de definir la estrategia de funcionar como un grupo que tiene varios medios. Como un multimedios.

La convergencia a veces funciona más y a veces menos, Rosario3 tiene un criterio propio como los otros medios. Los otros producen y Rosario3 define que toma de ellos y qué aporta. La radio, por ejemplo, casi siempre resuelve con una entrevista. A veces eso nos alcanza y a veces no, a veces necesitamos de otro aporte para convertir esto en un documento periodístico.

3. ¿Rosario 3 genera contenido propio o toda la información proviene de Canal 3 y de Radio 2?

Se genera contenido propio y se toma información del multimedios también.

4. ¿Cómo son generadas las noticias propias de Rosario3? ¿Cuáles son las fuentes de información utilizadas para la creación de contenido?

A veces las fuentes son las mismas y a veces no. Las fuentes de todos los medios de Rosario son comunes, pero después cada uno tiene sus propias fuentes. En nuestro caso, Internet mismo y las redes sociales son un fuerte aporte, así como también el aporte que nuestros propios usuarios hacen a través de distintas formas de hacerlo. En algunos casos son las mismas y en otros no.

5. ¿Cómo se organiza el trabajo en la redacción?

Jerárquicamente, hay un editor y un subeditor. Hay también redactores con responsabilidades de edición y otros que no las tienen. Y después está el departamento multimedia que funciona dentro de la misma estructura, pero al mismo tiempo tiene otra lógica de trabajo. El diseño del sitio está tercerizado, pero las otras cosas se hacen de adentro. Tenemos lo que denominamos un productor multimedia, o un "che pibe" multimedia que es Lisandro Machaín, quien es el que encabeza el departamento multimedia y trabaja mucho conmigo pensando como damos ese aporte al sitio. A veces nos gustaría que fuera mayor, porque nos gusta mucho y es una parte que nos gusta el resultado que tiene. Pero tiene unos tiempos de elaboración y pide una serie de recursos más que nada humanos, que no estamos en condiciones de volcar.

6. ¿Cómo y por qué surgió la necesidad de estar presentes en el mundo digital?

Es una necesidad que advierte la empresa que ve que está cambiando el mapa de medios en Argentina y a nivel mundial, y ve el peso de ese soporte que en ese momento era relativamente nuevo. Vio que había que ocupar ese lugar y ese espacio en el que realmente había mucho para crecer, en un momento en el que los medios estaban en retroceso.

7. ¿Cómo es el proceso desde la creación de la noticia hasta su publicación online? (Descripción paso por paso)

Se obtiene la información de la fuente que sea, tenemos muchas agendas. Está la agenda del grupo, que ahora también la estamos haciendo nosotros; y la propia. Después, un redactor toma el tema o la nota y la hace vía telefónica o va a cubrir determinada cosa, redacta eso, eso va al sistema de publicación, se hace el texto con título, bajada y otros elementos como video, audio hipervínculos, noticias relacionadas y fotografías que se elaboran por otro lado. Y después eso se publica y va a la home.

Hay cuestiones que se editan, un editor edita lo hecho por un redactor en algunos momentos, aunque en otros no, porque se hace una cierta autoedición.

SOBRE JERARQUIZACION DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Cómo se lleva a cabo la jerarquización de la información?

Se decide por muchas cosas, pero hay un criterio combinado de inmediatez e importancia. Es decir, Rosario3 no tiene un diario en papel para guiarse, es un medio puramente digital, no sólo jerarquiza según lo último sino también según lo que considera importante. Son esas dos variables las que están en juego para ver lo que va arriba o no. Después existen otras variables también, como por ejemplo, si tiene foto, si la foto es buena o no, si tiene video o no, ese tipo de cosas. Esas cosas son las que se ponen en la balanza, hay una noticia importantísima, muy importante a las 17 horas. Seguramente no va a estar como estaba a las 8 de la mañana. Se siguen los temas con alguna variación no va a estar la misma exacta nota. Si pasa algo hace dos minutos pero es algo sin importancia va a ir abajo. En general la página es bastante dinámica, lo más dinámica posible. Siempre tenemos momentos de revisión, y este es uno, probablemente cambien algunas cosas en poco tiempo porque estamos en una etapa de análisis de muchas cosas. Esto va pidiendo cambios permanentes.

2. Arriba a la izquierda de la *homepage*, ¿siempre se procura colocar texto o a veces hay imágenes? (Los usuarios se sienten más atraídos por el texto que por las imágenes)

Yo no estoy tan de acuerdo con esta afirmación (de los autores), no creo que solamente el texto atraiga, que un buen título sea lo más importante. Si bien un título gancho siempre funciona, una buena foto y una buena galería de fotos funcionan muy bien. Nosotros lo vemos en nuestro *Google Analytics*. Las imágenes siempre ocupan un lugar muy importante en lo que la gente está mirando. Cuando lo vemos en tiempo real ocupa un lugar muy importante.

En Rosario3 además todavía no funciona bien lo multimedia, pero seguimos insistiendo con eso porque creemos que en algún momento va a pegar.

3. ¿Se prioriza la importancia de la información local o regional frente a la nacional?
Sí, siempre.
4. Las noticias, ¿se construyen desde lo más importante a lo menos importante? ¿Se coloca la información más importante en el primer párrafo en todos los casos?
Se utiliza la pirámide invertida pero sin dogmas. Cuando subimos un texto plano, vamos a lo clásico, a la pirámide invertida tradicional. Sin embargo, a veces dejamos algunos huecos a las preguntas de las 5W para lograr el gancho para que la gente siga leyendo. En los diarios en papel entre el título y el primer párrafo tenés que decir todo y acá a veces sí y a veces no.
5. ¿Se intenta redactar de la manera más corta posible?
No, si la noticia es corta será corta. Internet no te limita como el papel, entonces usamos esto para desplegar información. Abrimos ventanas de información siempre que es necesario. Si la noticia no es demasiado importante se hace de manera concisa. Pero si el documento periodístico es más elaborado donde se mete análisis y producción propia se despliega en largo de texto o en ventanas.

6. ¿Cuál es el criterio para la titulación de las noticias?
Hay un criterio que es tratar de ser simples y de ser informativos pero al mismo tiempo divertidos/coloquiales. En algunos casos también se juega con el título para generar un atractivo, pero a esto lo usamos con prudencia. En particular mucho no me gusta, el título que juega con la incógnita para que la gente entre a ver qué dice adentro. En general tratamos de que el título diga el quién y el qué y decirlo de manera divertida y coloquial.
7. ¿Eligen títulos llamativos o meramente informativos? ¿Por qué?
Se prefieren los títulos divertidos y coloquiales.
8. Al momento de crear los títulos, ¿Se colocan las palabras más importantes o llamativas al comienzo de la oración?
No hay dogmas en este sentido.
9. ¿Se aclara cuándo y dónde ocurrió la noticia?
Se trata de colocar el quién y el qué.
10. ¿Los titulares utilizados suelen ser largos o cortos? ¿Por qué?
El criterio tiene que ver con el espacio, pero siempre son preferibles los títulos cortos.
11. ¿Cuál es el criterio que ubica a los blogs y columnas de opinión en la cabecera de la homepage?
Están ubicados ahí por el diseño. Están en un sector no muy bueno, la venta de la publicidad los va cambiando de lugar. El sitio está más vendido y esa columna queda un poco más perdida.

SOBRE ACTUALIZACIÓN

1. ¿Cuál es su criterio de actualización de la información? ¿La información más importante va en la portada? ¿O la más actualizada?
Se priorizan ambos criterios, dependiendo del tema de la noticia.
2. La información de la home page, ¿se refresca en determinados momentos del día o solamente cuando hay nuevas noticias? ¿Hay algún protocolo a seguir para su actualización?
No hay horarios establecidos pero tratamos de que no pase mucho tiempo sin que la página esté actualizada. Se refresca cuando hay nuevas noticias, pero también se busca información. Si pasó una hora y no hay noticias, decidimos ponernos a producir o a buscar algo. Esto tienen que ver con los recursos, si hay mucha información se funciona bien. Pero si el día está "fiambre", generalmente los fines de semana, buscamos y producimos información para que la página tenga vida. En

un diario no podés tener una página en blanco, acá no están en blanco pero si estás con las noticias de ayer llega un punto en el cual la gente no entra más al sitio.

3. ¿Priorizan la actualización de la información o la buena redacción? ¿Por qué?
Priorizamos siempre la actualización, primero actualizamos con un alerta y después a veces subimos según la urgencia, la noticia sin revisión, como sea, y después seguimos trabajándola. Pero siempre damos un pantallazo, como si fuese un flash televisivo.
4. ¿Hay un seguimiento de las noticias? ¿Son editadas posteriormente en caso de recibir mayor información o datos?
Hay un seguimiento, muchas veces se edita después. Esto pasa con noticias como las de la explosión de calle Salta.
5. ¿Cuánto tiempo pasa desde que reciben la noticia hasta que es subida al portal?
En caso de las noticias normales, depende por dónde está llegando esta noticia, si estamos produciendo algo exclusivo o si la tiene todo el mundo. Si estoy produciendo algo exclusivo me tomo todo el tiempo del mundo para que quede perfecto. La voy a subir excelente, con mucha revisión y toda la información. Si es una noticia que la tienen todos los medios, la velocidad es un valor. Si se está comentando algo, la gente va a querer entrar a Rosario3 para ver la información entonces se prioriza la actualización Por ejemplo, en el caso de la explosión de calle Salta, cuando la gente escuchó la explosión lo primero que hizo es "A ver Rosario3", entonces tenemos que tener el alerta primero y después ir agregando más detalles, ir trabajándolo con más profundidad. Hay que responder a esa demanda de la gente, las personas están deseosas de información.
6. Los redactores del portal, ¿están todos dedicados a publicar la información más importante y actualizada en primer lugar? ¿O están divididos en personal que se dedica a las noticias urgentes y otros al análisis más profundo?
Todos hacen toda la información.
7. Si el tema requiere más profundidad, ¿es vuelto a tratar con mayor análisis un tiempo después? ¿Por qué?
Si, las noticias se van editando a medida que surge más información sobre el tema, porque primero damos el alerta para tener la información en el sitio.
8. ¿Qué recursos se utilizan para hacer ese análisis profundo (infografías, videos, audios)?
Todos los que poseemos.
9. Excepto las noticias de todos los días, ¿cada cuánto se actualizan el resto de las secciones? ¿Se las considera importantes? ¿Por qué?
Depende la sección, los videos se actualizan permanentemente por ejemplo.

10. ¿Cómo funcionan las secciones de opinión? ¿Quién escribe en las mismas? ¿Cada cuánto son actualizadas?

Por ejemplo las secciones de opinión se actualizan cuando escribe el columnista. En un momento era algo más seguido, pero ahora se dejó un poco de lado. Hay algunos columnistas que mandan más notas y otros menos.

SOBRE USABILIDAD

1. ¿Cómo se definió el diseño actual del sitio? ¿Cómo fue cambiando el diseño del portal y por qué motivos se dieron esos cambios?

El diseño está tercerizado pero tenemos que ver en la decisión del mismo. El diseño actual fue mutando en base a uno original. Este es el tercero, pero siempre se trabajó sobre el original, nunca hubo un cambio total, sino que se fue modificando y aggiornando. El primer diseño salió de nosotros decirle al diseñador "Queremos hacer una página así", después discutimos los colores y las distintas cosas.

2. ¿Se tuvieron en cuenta las necesidades del usuario al momento de la creación del diseño?

Si, muy en cuenta. Nosotros mismos somos usuarios así que también opinamos. Por ejemplo, teníamos una "Guía del ocio" en Flash, pero no todo el mundo tenía Flash y no funcionaba. El primer diseño tenía mucho Flash pero te limita.

3. ¿Considera que el diseño del sitio le resulta agradable a los usuarios?

Hoy el diseño sabemos que está un poco quedado. Es agradable y claro, tiene esa virtud. Es fácil de encontrar las cosas. La usabilidad es sencilla.

4. ¿Cree que los usuarios son capaces de realizar las tareas rápidamente mientras usan la web?

Si.

5. ¿Cree que es fácil llevar a cabo tareas simples o básicas la primera vez que los usuarios se encuentran con el diseño?

La página es muy intuitiva y nítida para el que entra por primera vez.

6. ¿Son fácilmente encontrables los puntos más importantes, tales como las secciones, el archivo y el motor de búsqueda?

Se encuentra fácilmente todo, que las cosas funcionen o estén actualizadas es otra cosa, pero todo se encuentra rápido y está.

7. ¿Consideran que sabe el usuario siempre en qué punto se encuentra y cómo llegar al punto que desea?

Si, el mapa del sitio está bien definido.

8. ¿Cómo se definió el diseño de la *homepage*? ¿Por qué se decidió hacerla larga con recurso al *scrolling*?

El diseño de la *homepage* era más corto en otro momento. Cuando apenas la pensamos, decíamos "Que no sea larga, que sean dos *scrolls*". Pero luego decidimos que eso no era importante, ya que hoy en día la puerta de entrada a la web es múltiple. El ingreso directo a la home es una parte importante, pero hoy las redes sociales te dan una proporción muy importante del tráfico, al igual que el móvil y las referencias de otros medios. Hay muchas formas de entrada. Otra cosa es que mucha gente entra por las noticias más leídas. Es un pie de la página. Lo mismo ocurre con la sección de "Mandá tu foto", es muy requerida y está al final de la home. Esto ocurre porque la gente ya se acostumbró a leer diarios digitales, está acostumbrada a hacer *scroll*. No alcanzan uno o dos *scrolls* para llegar al final. Hoy en día tenemos muchos más *scrolls*, y es algo que se ve en todos los diarios digitales. Cada vez más crece el consumo vía redes sociales y móvil, es una proporción muy grande. Es importante que, si captaste a alguien por recomendación en *Facebook*, esta página a la que entra la persona esté bien diseñada y que esa misma página funcione como una mini home o una puerta para entrar a más noticias. Los jóvenes no entran directamente a los sitios, todo su consumo es a través de las redes. Consumen noticias pero a través de las redes. Si alguien en quien yo confío recomienda una nota, yo confío y entro. Si además de la nota hago un sitio enorme, quiero que a través de esa nota se pueda hacer un recorrido por las demás noticias.

9. El diseño del portal, ¿está adaptado para permitir una buena lectura del mismo? ¿Están las fuentes y el fondo diseñados con el color y el tamaño adecuado?

Si

10. ¿Existe algún tipo de ruido que impida la buena lectura del sitio? ¿La publicidad o las animaciones, por ejemplo?

Las publicidades son ajenas a nosotros en la redacción, pero a veces molestan.

11. ¿Poseen información sobre cuánto tiempo permanecen en la página los usuarios? ¿Son más o menos de 5 segundos?

Sí, pero no podemos develar esa información, es personal de la empresa. Son más de cinco segundos, seguramente.

12. ¿Cree que logran mantener la atención de los usuarios? ¿A qué cree que se debe?

Hay un promedio de cuatro páginas vistas por visita, aproximadamente. Los sitios que logran tener más tiempo a los usuarios son los que tienen totalmente abierta la canilla de los comentarios. El usuario lee la noticia y lo primero que hace es ir a los comentarios. Nosotros tenemos comentarios solamente vía *Facebook* y en algunas están cerrados. No siempre los tuvimos abiertos tampoco. Las notas sobre *Newell's* y *Central* por ejemplo están cerradas. Esta decisión tiene su costo porque los medios que tienen los comentarios abiertos logran que los usuarios

permanezcan más tiempo en el sitio, ya sea comentando o viendo a las demás personas discutir sobre estas cuestiones. Nosotros lo vemos en las herramientas que te permiten ver el recorrido del mouse que hace el usuario. Siempre bajan a los comentarios directamente, a veces casi no leen la noticia. En rosario3 preferimos cerrar estos comentarios a costa de perder tiempo en las visitas. Es un tema muy complicado, ya que cualquiera dice cualquier cosa sobre cualquiera y en cualquier lado y sin moderación. Moderar todo requiere recursos que son inviables, entonces en algún momento hicimos una experiencia de automoderación y hasta hicimos un chat con los usuarios pero resulto inviable. Los insultos eran demasiados.

13. ¿Cómo fue definido el diseño en la sección Noticias?

Tiene que ver con el criterio de actualización e importancia de la información.

14. ¿Cuál es el criterio de usabilidad utilizado en la sección Ocio?

Criterio de consumir noticias relacionadas al mundo del espectáculo y brindar un servicio para que puedas organizar tu salida o para que consumas en tu casa las películas. Es muy importante la cartelera, decimos lo que nos llega, ojala pudiéramos tener todo. En la guía ponemos lo que nos parece recomendable.

15. ¿Cuál es el criterio de usabilidad utilizado en la sección Comunidad?

Es un lugar donde decidimos reunir las posibilidades de participación que tiene el usuario de Rosario3.com. El criterio fue hacer de fácil acceso la participación. Para las encuestas y fotos tenés otras vías de entrada, pero también tienen un lugar donde el tipo entra y encuentra esto. Es simplemente la decisión de agrupar la participación. Hay feedback y es un sistema centrado y regulado, no se publica directamente. Y en general las cosas que están buenas terminan siendo noticia. Tiene sus cosas buenas y sus cosas más o menos, porque a veces es un sistema medio "botón". Tratamos de sacarle esa carga, de posproducirlo para que no quede tan así.

SOBRE REPETICION DE INFORMACIÓN

1. ¿Cómo es el criterio para redactar las noticias?

Cada redactor lo hace como desea, no hay dogmas.

2. ¿Tratan de que la redacción sea concisa y clara?

Sí.

3. ¿Evitan la repetición de información en una misma noticia? ¿De qué manera?

Algunos escriben el título y luego la bajada funciona como primer párrafo. Nosotros no, porque consideramos que cada elemento es independiente del otro y sobre todo, que el texto es una pieza en sí. A lo mejor yo copio y pego el texto y se

lo mando a otra persona. Y si mi texto empieza hablando como siguiendo la bajada la otra persona no lo va a entender. En ese sentido trabajamos más como un diario impreso, no como Télam que va siguiendo el título, la bajada y el primer párrafo.

4. ¿Escriben con volanta, título y bajada? ¿Por qué si/no?
La volanta no se utiliza. El título y la bajada sí.
5. ¿Se trata de evitar la repetición de información en la home page?
Sí.
6. ¿De qué manera creen que podrían evitarle al usuario hacer mucho *scrolling* para llegar al final?
No es un tema que nos preocupe.

SOBRE HIPERTEXTUALIDAD

1. ¿Cómo está diseñada la noticia? ¿Está escrita de manera lineales (ningún o un solo enlace) o reticulares (varias rutas de lectura)?
Depende la noticia. Los textos planos son escritos de manera lineal y los más elaborados suelen tener hipervínculos.
2. ¿Las noticias se construyen con el método de la pirámide invertida vertical u horizontal?
Esto es sin dogma. No nos aferramos a un formalismo de la pirámide invertida. Para mí que estoy formado en el diario de papel es más fácil escribir así con la pirámide invertida. Si tengo que escribir una noticia muy rápido, lo escribo con pirámide invertida sin dudarlo, lo tengo incorporado en la mano y no en la cabeza. Para el texto plano, que va a ser subido rápidamente y sin demasiado análisis a la web, se usa la pirámide invertida. Pero no es un dogma. No obligamos a los escritores a hacerlo así. Pero cuando hay que informar la pirámide invertida para un texto informativo es lo que funciona. Le decís al que está leyendo lo que tiene que saber de manera clara y concisa y se responden todas las preguntas. Si alguien quiere escribir algo más largo o más elaborado o combinar otros elementos y tiene el tiempo para hacerlo, repito que no hay dogmas para hacerlo.
3. ¿Cree que se podría llegar a aplicar este modo de redacción en Rosario3.com (pirámide horizontal)?
Nuevamente, no hay dogmas en ese sentido.
4. ¿Hacen uso de hipervínculos en sus noticias? ¿Por qué?
Sí, incluso usamos hipervínculos a los medios que compiten con nosotros, son externos también. Siempre privilegiamos los internos, obviamente. Si tenemos un especial multimedia, dirigimos a noticias al propio sitio para que las personas entiendan. Pero hacemos hipervínculos a la fuente informativa y esa fuente a veces

son los medios que compiten con nosotros. Además, siempre está en juego el tiempo para elaborar una noticia. Si tenés poco tiempo el hipervínculo no va a estar pero si hay más tiempo para el desarrollo sí.

5. ¿Cuál es el criterio de uso de los hipervínculos?
Se suelen usar en las noticias más profundas y con más análisis.
6. ¿Permiten al usuario crear un recorrido personalizado de la noticia a través de los hipertextos? ¿Por qué? ¿Se planteó esa posibilidad alguna vez?
Se planteó esta posibilidad. Se lleva a cabo en la medida de lo que se puede y en el caso de las noticias que lo merecen. El hipervínculo es clave y cada vez más clave. La información es cada vez más un *commodity* y por qué una persona va a confiar en vos y no en otro que está dando la misma información. Si yo te transparenteo el recorrido informativo y te muestro que más leer y por dónde más navegar si te interesa esto, es un muy buen recurso. El hipervínculo hay que usarlo en ese sentido y lo subutilizamos en ese sentido. Los medios en general lo utilizan aunque esté el tema del tiempo. También se tiene en cuenta el tema de referenciar o no a la competencia.
7. Cuando la noticia es demasiado larga, ¿surgió la posibilidad de hacerla más corta a través de hipervínculos o se usa el *scrolling*?
Depende quién la escriba.
8. Cuando la noticia es larga, ¿suelen dividirla en bloques temáticos? ¿Por qué?
Sí, para que no quede tanto texto entero.
9. Estos bloques temáticos, ¿se crean a partir de subtítulos dentro de la misma noticia? ¿O de bloques que pueden leerse en otras páginas webs saliendo a través de hipervínculos?
Depende quién la escriba.
10. ¿Aplican una estratificación de la información que permita conocer más detalles de la noticia a través de
 - Enlaces documentales: información de contexto existente en el archivo
 - Enlaces de ampliación informativa: información de contexto reciente
 - Enlaces de actualización: actualizaciones cortas que aportan nuevos datos
 - Enlaces de definición: profundización de la información con recurso a materias internas o externas?La mayoría de los enlaces son al archivo nuestro. La referencia al contexto. Después solemos hacer a otros medios, a videos o a fuentes documentales.

SOBRE INTERACTIVIDAD

1. ¿Cuáles son los diferentes modos en los que el usuario puede interactuar con el portal y con los periodistas del sitio?
En el sitio mismo hay informes interactivos donde uno establece su recorrido según su decisión. Y después están los espacios de participación, los comentarios, los foros y las encuestas, que están un poco apagadas, *Mandá tu foto*, *Correo de lectores*, *Periodismo ciudadano*.
2. ¿Permiten que el usuario participe de la información? ¿De qué manera?
A través de los recorridos de lectura en las noticias con hipervínculos y a través del *Periodismo Ciudadano*, en el cual se generan noticias importantes a veces.
3. Las noticias, ¿pueden ser comentadas por los usuarios? ¿Por qué sí o por qué no?
Ahora sí, pero no todas. Cerramos los comentarios a algunas noticias para evitar problemas. Los comentarios no están moderados, intervenimos solamente cuando se van de las manos y se convierte en un lugar de agravios.
4. ¿Existe un ranking de las noticias más votadas y más leídas? ¿Con qué objetivo fue creado?
Sí, para saber qué es lo que le interesa a la gente.
5. ¿Existe una comunidad virtual en el sitio? ¿Por qué motivo fue creada y con qué criterio?
Tener una comunidad virtual es un objetivo en sí mismo, generar comunidad de Rosario3. Entre otras cosas apostamos a un modelo de comunicación que se está modificando y que para ser parte de lo que viene hay que entrar en ese modelo que es más horizontal que el anterior y donde hay el mayor nivel de diálogo posible. La idea es no quedar afuera de esto, a veces lo conseguimos y a veces no. Los modelos unidireccionales están apagándose.
6. ¿Cómo se manejan las agresiones e insultos por parte de los usuarios en la Comunidad virtual?
Están filtrados y moderados. El problema es cuando se insulta al otro, si nos descalifican a nosotros no nos importa, no vamos a accionar sobre eso.
7. ¿Hay respuestas positivas por parte de los usuarios?
Sí.
8. ¿Creen que podrían hacer mejoras en la comunidad virtual para obtener mejor respuesta?
Sí, siempre se puede mejorar.

9. ¿En su portal, los usuarios pueden realizar una sindicación de las noticias?
Sí.
10. ¿Poseen chats para comunicarse con los usuarios? ¿Por qué?
No, nunca lo hubo porque no hay necesidad. El chat es un lugar donde pasa cualquier cosa. Nosotros tenemos una responsabilidad como medio y eso la excede.
11. ¿Poseen foros y encuestas? ¿Cómo funcionan y con qué objetivo fueron creados?
Los foros y encuestas están un poco apagados. Los foros son una herramienta que le dimos a los programas de televisión y de radio para hacer sus consignas allí. Durante el verano estuvieron apagados porque baja la intensidad de los programas pero ya volverán.
12. ¿Dan a conocer los correos electrónicos tanto del sitio como de los periodistas que escriben en el mismo? ¿Por qué?
Se dan los correos del sitio y el de los periodistas es decisión de cada uno.
13. ¿Los usuarios poseen la opción de compartir las noticias en las redes sociales?
Sí.
14. ¿Rosario3.com está presente en las redes sociales? ¿En cuáles?
Si, Facebook y Twitter.
15. ¿Cuál es el objetivo que persigue el portal con su presencia en las redes?
Buscamos clics y comunicarnos con el usuario.
16. ¿Poseen *Community Managers*?
Sí y no. Todos subimos notas a las redes, pero tenemos una persona que hace las veces de cm y está dedicada a eso, pero al mismo tiempo es una persona con un turno de 6 horas.
17. ¿Cómo es la actitud de los *Community Managers* frente a la participación de las personas en las redes sociales?
Los comentarios en *Facebook* por ejemplo no están moderados. Se controla solo si se van de las manos los agravios.
18. ¿Qué criterio utilizan para la publicación de las notas en las redes?
Criterio de interés y servicio, de lo que puede generar interés. Las publicamos a casi todas.

Entrevista Realizada a Sabrina Ferrarese en abril 2014

GENERALES

1. ¿Cómo funciona la convergencia de medios entre Rosario3, Radio 2 y Canal 3?
Nos nutrimos de lo que publican los medios del multimedios y ellos también de lo que publicamos nosotros.
2. ¿Cómo son generadas las noticias propias de Rosario3? ¿Cuáles son las fuentes de información utilizadas para la creación de contenido?
En el portal nuestro, que es un multimedios de Televisión Litoral, nos nutrimos de lo que sale en Radio2 en su mayoría, también de lo que se difunde en la televisión y después, tenemos acceso a la información que se publica en las redes sociales, siempre citando fuentes. Además nos nutrimos de las llamadas telefónicas, e-mails, mensajes de texto, del “me lo dijo tal persona”, es decir, cada periodista tiene su fuente ya sea oficial o no oficial. También aportan los usuarios del sitio, nos acercan la información. Las fuentes son múltiples. La idea es mostrar lo que se hace en Televisión Litoral en el sitio.
3. ¿Cómo se organiza el trabajo en la redacción?
La organización de la redacción consta de una persona a cargo de la edición, que es la persona que se encarga de tener una visión global de la home y de las home internas, que son las secciones, y después están los cronistas. Esa persona que esta cargo de la edición también escribe pero si tiene la decisión de darle mayor o menor importancia a las noticias. Es una especie de juego en donde uno puede valorar las noticias y es un poco la mirada del medio hacia la realidad, hacia el recorte de la realidad que pasa en el día en la ciudad, en el mundo y en el país. Nosotros en Rosario3 tenemos al editor, que es Damián (Schwarzstein), yo también a veces oficio de editora y a veces algunos compañeros también cuando no está Damián. Depende el turno, hoy por ejemplo había cuatro cronistas, además de Damián y yo. Él iba y venía y los otros también editan, la idea es armar la noticia, subirla al sistema y publicarla. Muchas veces se hace a través de la mirada del editor y a veces a través de otros. La noticia surge de alguno de los medios del multimedios o se produce por alguno de los cronistas, luego se sube al sistema y se publica.

SOBRE LA JERARQUIZACION DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Cómo se lleva a cabo la jerarquización de la información?
Lo que más importancia tiene en la edición de Rosario3 es lo local, ahí está el criterio. Sin embargo, si tenés un día en la ciudad en el que no pasa nada, y en

ese día eligen a Bergoglio como Papa, esto va a ser más prioritario. Si no, la idea es mostrar siempre lo que sucede en nuestra ciudad con el desarrollo más amplio posible.

2. La información que está en la cabecera de la *homepage*, ¿es siempre la más importante o la más actualizada? ¿O ambas?

Es siempre la más importante.

3. Arriba a la izquierda de la *homepage*, ¿siempre se procura colocar texto o a veces hay imágenes? (Los usuarios se sienten más atraídos por el texto que por las imágenes)

En nuestro sistema a esa nota la llamamos la "Superior 1". Es la nota principal, lo que marca la editorial. Por ejemplo, en estas últimas 48 horas ese espacio dentro de la home estuvo dividido entre lo que sucedió con Gendarmería y los allanamientos y el partido de Newell's ya que el deporte es muy importante de la ciudad.

4. ¿Se prioriza la importancia de la información local o regional frente a la nacional?

Sí, siempre.

5. Las noticias, ¿se construyen desde lo más importante a lo menos importante? ¿Se coloca la información más importante en el primer párrafo en todos los casos?

Se trata de armar tipo pirámide invertida, en la mayoría de los casos. Yo lo hago así. Hay todavía una mixtura muy importante entre la gráfica y el periodismo digital, que a veces, en mi opinión, atrasa al periodismo digital. La mayoría de los que trabajamos fuimos formados en periodismo gráfico y eso lo llevamos al digital. La pirámide invertida yo la llevo al periodismo digital porque fui formada de esa manera y porque creo que es una buena manera de informar y de que el texto sea lo más claro posible. Se coloca un título, una bajada y un primer párrafo que van desde la mayor a la menor importancia de la información.

6. ¿Se intenta redactar de la manera más corta posible?

Hay varias cuestiones de acuerdo a la extensión del texto en internet. Hay una forma de lectura del usuario que es rápida y que cuando hay mucho texto elige no leerlo. Esta es una situación, lamentable para mí. Sin embargo, también no es cierto que la mayoría de los lectores no leen, eso se ha convertido en un slogan. En las noticias de los diarios digitales hoy también se permite escribir menos ya que está la posibilidad de *linkear*, de que no tenés que retomar un tema anterior.

7. ¿Cuál es el criterio para la titulación de las noticias? ¿Eligen títulos llamativos o meramente informativos? ¿Por qué?

Siempre se trata de llamar la atención en la titulación. Hay pocas notas que no tienen trabajo en la titulación. El título es casi lo más importante, porque yo creo que el periodismo y la empresa en Internet es como se desnudan de una manera más contundente. Los títulos venden, venden diarios y venden prendido y apagado. En internet generás un título importante y llamativo y la gente ingresa. Aunque no hay que caer en el extremo de no informar, y me refiero a los títulos enigmáticos. Ahí hay un límite muy delgado, y vos decís, para que puse el título. Es una posibilidad que da internet y no da el diario.

8. Al momento de crear los títulos, ¿Se colocan las palabras más importantes o llamativas al comienzo de la oración?

Se crea con el criterio de llamar la atención.

9. ¿Los titulares utilizados suelen ser largos o cortos? ¿Por qué?

Los límites los pone el mismo sistema.

SOBRE ACTUALIZACIÓN

1. ¿Cuál es su criterio de actualización de la información? ¿La información más importante va en la portada? ¿O la más actualizada?

El criterio de actualización de la información es de la información constante, la información más importante. Sobre una misma información siempre que genere noticia se actualiza. Se considera noticia cuando agrega algo a la noticia, algo noticioso.

2. La información de la home page, ¿se refresca en determinados momentos del día o solamente cuando hay nuevas noticias? ¿Hay algún protocolo a seguir para su actualización?

No, se va actualizando constantemente a medida que surge la información. Si no hay información se genera. Las noticias están siempre ahí, hay que buscarlas. La información siempre está dando vueltas, todo es información. El tema es darle una vuelta de ponerlo como noticia, de trabajar para encontrarla.

3. ¿Priorizan la actualización de la información o la buena redacción? ¿Por qué?

Tenés instrumentos en el sistema que facilitan la inmediatez de la información. Por ejemplo, está el sistema de alertas, que me permite subir una información de último momento de la cual no se tiene muchos más datos pero que ya está confirmada. También te permite subir una nota con título bajada y un desarrollo mínimo de un párrafo, pero a mí no me gusta eso. Porque los lectores requieren un mínimo de información. A veces en el afán de publicar primero se deja de lado si la información es atractiva o no para el lector. Hay

que pensar para quién se escribe, para la competencia o para el lector. Me parece que Rosario3 prioriza la buena información, ya que hubo veces que no nos ha importado ser segundos con tal de tener mejor información y de mejor calidad.

4. ¿Hay un seguimiento de las noticias? ¿Son editadas posteriormente en caso de recibir mayor información o datos?

Sí. Nosotros subimos las notas en una "caja", que es la posibilidad que te da el sistema de subir una noticia. Esa información, mientras no se modifique la esencia de la noticia, se va sumando a la "caja" y se va actualizando la hora. Si esa misma noticia tiene una derivación u otro costado, se arma otra "caja" y se relaciona. El criterio es que se utilice una caja para información que tenga entidad en sí misma. Si vos ves una noticia en la home tiene que tener entidad propia, que se entienda de qué se está hablando. Hay datos que no tienen entidad propia y van en la misma noticia porque no necesitan otra caja.

5. ¿Cuánto tiempo pasa desde que reciben la noticia hasta que es subida al portal?

Depende de la información. Por ejemplo, un proyecto del consejo lo subo, pero en el medio puedo tomar notas de la radio y a eso lo dejo ahí pendiente. Si hay un hecho muy relevante, la noticia se sube inmediatamente.

6. Los redactores del portal, ¿están todos dedicados a publicar la información más importante y actualizada en primer lugar? ¿O están divididos en personal que se dedica a las noticias urgentes y otros al análisis más profundo?

Está el editor que tiene una mirada global de la página. Pero después la redacción es muy democrática. Si hay especialistas en deportes, y el editor siempre tiene la mirada política de la página. También hay cuatro compañeros que se dedican a las cuestiones multimedia y recogen toda la información que empezó a explotarse con internet, una mezcla de ocio, pasatiempo, tecnología y entretenimiento, algunas son "noticias increíbles" o de fuentes dudosas, información que se consume mucho para pasar el rato. Para eso también hay gente especializada, pero si quiero subir algo yo no pasa nada. Si a mí me gusta un cantante, por ejemplo, y quiero hacer una nota sobre eso, no hay problemas.

7. Si el tema requiere más profundidad, ¿es vuelto a tratar con mayor análisis un tiempo después? ¿Por qué?

Sí, para extenderlo.

8. ¿Qué recursos se utilizan para hacer ese análisis profundo (infografías, videos, audios)?

La idea es que todas las notas tengan algunos videos, imágenes, audios o links.

9. Excepto las noticias de todos los días, ¿cada cuánto se actualizan el resto de las secciones? ¿Se las considera importantes? ¿Por qué?
Depende de cuando surja la información.
10. ¿Cómo funcionan las secciones de opinión? ¿Quién escribe en las mismas?
¿Cada cuánto son actualizadas?
Las columnas de opinión son constantes por la cantidad de columnistas. Todos los periodistas del multimedios colaboran así que se suben constantemente.

SOBRE USABILIDAD

1. ¿Cómo se definió el diseño actual del sitio? ¿Cómo fue cambiando el diseño del portal y por qué motivos se dieron esos cambios?
Cambia constantemente. El diseño es tercerizado y cambia la forma de subir notas a la página, es cada vez más fácil y más accesible.
2. ¿Se tuvieron en cuenta las necesidades del usuario al momento de la creación del diseño?
No te puedo hablar de forma personal porque no estoy abocada a eso, pero desde lo que veo, siempre se han ido generando cambios que el usuario pueda tener un acceso rápido, de que pueda participar y ver fácilmente la información y de una manera atractiva y útil. Siempre se van cambiando las formas, fuentes y colores, los tamaños de foto, todo para mejorar la experiencia del usuario. A veces me pasa que hasta yo misma no termino de descubrir la página, porque las posibilidades son muy amplias.
3. ¿Considera que el diseño del sitio le resulta agradable a los usuarios?
Sí.
4. ¿Cree que los usuarios son capaces de realizar las tareas rápidamente mientras usan la web?
Seguramente, es muy intuitiva. Te despierta la curiosidad, es como abrir cajas.
5. ¿Cree que es fácil llevar a cabo tareas simples o básicas la primera vez que los usuarios se encuentran con el diseño?
Sí.
6. ¿Son fácilmente encontrables los puntos más importantes, tales como las secciones, el archivo y el motor de búsqueda?
Sí.

7. ¿Cómo se definió el diseño de la *homepage*? ¿Por qué se decidió hacerla larga con recurso al *scrolling*?

Hay que dejar de tenerle miedo a la cuestión de que el usuario no vaya a leer. Es capaz de mirar y de leer. Obviamente el que no tenga ganas no lo va a hacer. Me parece que está buena la extensión, porque lo más importante y relevante está siempre arriba. Y lo de abajo llegará el que tenga interés en hacerlo. Pero la pantalla no te permite leer lo que pasó hace 5 horas o ayer, lo tenés que buscar.

8. El diseño del portal, ¿está adaptado para permitir una buena lectura del mismo? ¿Están las fuentes y el fondo diseñados con el color y el tamaño adecuado?

Sí, eso se cambia constantemente para mejorar la experiencia.

9. ¿Existe algún tipo de ruido que impida la buena lectura del sitio? ¿La publicidad o las animaciones, por ejemplo?

No.

10. ¿Poseen información sobre cuánto tiempo permanecen en la página los usuarios? ¿Son más o menos de 5 segundos?

Son más de 5 segundos.

11. ¿Poseen información sobre el tráfico del sitio? ¿Cuáles son las decisiones que suscita esta información?

Esta información nos hace pensar que "hay que echarle leña al fuego". Es una expresión que significa a ver qué podemos hacer para generar interés en el usuario. En la práctica la experiencia te indica qué es lo que le genera interés a nuestros usuarios. Si no estamos siendo visitados, vemos para qué lado vamos, qué vuelta le damos, con qué podemos levantar. Las visitas se levantan con información local vinculada a lo policial y si no es local, está vinculada al mundo del ocio, o lo que nosotros llamamos las noticias "raras". Hay un atractivo en ese tipo de informaciones, a la gente le gusta escaparse a través de los medios. Rosario3 tiene esa posibilidad.

12. ¿Cuál es el criterio de usabilidad utilizado en la sección *Ocio*? ¿Cuál es el criterio de usabilidad utilizado en la sección *Comunidad*?

Te puedo decir que el criterio es siempre, sobre todo en esas secciones, que la inmediatez no juega, pero juega fuerte lo local y lo masivo. Si bien nos interesa la información más cultural, la cultura más intelectual, tratamos de darle ese espacio pero lo importante es lo que tenga atractivo para la mayor cantidad de gente.

1. ¿Cómo es el criterio para redactar las noticias? ¿Tratan de que la redacción sea concisa y clara?
Sí.
2. ¿Evitan la repetición de información en una misma noticia? ¿De qué manera?
Se trata de dar la mayor información posible, con lo cual la repetición va en contra de eso. La mayoría de nosotros respeta la pirámide invertida, y el primer párrafo se construye con la información de la bajada y del título. A veces se usa el primer párrafo para contar de dónde sacaste la información.
3. ¿Escriben con volante, título y bajada? ¿Por qué si/no?
El título da la información y se completa con la bajada. Volante no usamos, es redundante.
4. ¿Se trata de evitar la repetición de información en la *homepage*?
Sí.
5. ¿De qué manera creen que podrían evitarle al usuario hacer mucho *scrolling* para llegar al final?
No interesa porque las noticias importantes están en la primera pantalla.

SOBRE HIPERTEXTUALIDAD

1. ¿Cómo está diseñada la noticia? ¿Está escrita de manera lineales (ningún o un solo enlace) o reticulares (varias rutas de lectura)?
Las noticias simples no llevan enlaces generalmente. Y, generalmente los hipervínculos que se hacen son del propio medio. Eso es de cabecera, mostrar que es un tema que sigue Rosario3 y generar que la gente vea más noticias de Rosario3. El tema que es tratado por otros medios se cita y no se le hace un link. Se hacen links a páginas oficiales, a organizaciones que tengan página, *Facebook*, pegamos muchos tuits para mostrar de lo que hablamos. Vincular a otro sitio no, se cita al medio.
2. ¿Las noticias se construyen con el método de la pirámide invertida vertical u horizontal?
Vertical, mayormente.
3. ¿Cree que se podría llegar a aplicar este modo de redacción en Rosario3.com (pirámide horizontal)?
Se trata de hacer con las noticias más relevantes. Esta cuestión de una lectura que implique que el lector vaya a una profundización del tema. Se hace con las noticias más importantes. Se hacen comparaciones, galerías de fotos, se trata

de buscar declaraciones. Ese trabajo lo puedes ver, de forma bien concreta en las elecciones o fin de año, por ejemplo. No se hace con todas las noticias por una falta de tiempo y de recursos humanos.

4. ¿Cuál es el criterio de uso de los hipervínculos?
Hipervínculos dentro de Rosario3 mayormente.
5. ¿Permiten al usuario crear un recorrido personalizado de la noticia a través de los hipertextos? ¿Por qué? ¿Se planteó esa posibilidad alguna vez?
En algunas noticias más elaboradas.
6. Cuando la noticia es larga, ¿suelen dividirla en bloques temáticos? ¿Por qué?
A mi particularmente me gusta subtitular.
7. Estos bloques temáticos, ¿se crean a partir de subtítulos dentro de la misma noticia? ¿O de bloques que pueden leerse en otras páginas webs saliendo a través de hipervínculos?
Dentro de la misma noticia.
8. ¿Aplican una estratificación de la información que permita conocer más detalles de la noticia a través de
 - Enlaces documentales: información de contexto existente en el archivo
 - Enlaces de ampliación informativa: información de contexto reciente
 - Enlaces de actualización: actualizaciones cortas que aportan nuevos datos
 - Enlaces de definición: profundización de la información con recurso a materias internas o externas?Enlaces de contexto dentro del mismo sitio.

SOBRE INTERACTIVIDAD

1. ¿Cuáles son los diferentes modos en los que el usuario puede interactuar con el portal y con los periodistas del sitio?
A través de las cuentas en *Facebook* y *Twitter*. *Facebook* es el canal más fácil y más usado por los usuarios para interactuar. A veces llaman por teléfono también. Dentro del portal, se participa a través del espacio de periodismo ciudadano (con mails o por teléfono) y después, las notas están abiertas a los comentarios a través de *Facebook*.
2. ¿Permiten que el usuario participe de la información? ¿De qué manera?
A través del periodismo ciudadano, por teléfono o por mail.

3. Las noticias, ¿pueden ser comentadas por los usuarios? ¿Por qué si o por qué no?
Si, a través de *Facebook*. Algunas están cerradas a comentarios por sensibilidad.
4. ¿Existe un ranking de las noticias más votadas y más leídas? ¿con qué objetivo fue creado?
Como cronista es un termómetro, se toma la temperatura de lo que le interesa a la gente. Muchas veces te das cuenta que no acuerda con tus propios intereses. El criterio periodístico muchas veces no coincide con lo que piensan los usuarios, uno se ve obligado a tener este criterio. No podés seguir el criterio del usuario porque si no publicaríamos cualquier cosa. Pero lo usamos como indicador, sabemos que lo más leído son las notas de "color", la desnudez, el sexo, los exabruptos, la desgracia ajena, el morbo. Sin embargo, el que lee estas notas también lee otras más "intelectuales".
5. ¿Poseen foros y encuestas? ¿Cómo funcionan y con qué objetivo fueron creados?
La encuesta va cambiando y tiene que ver con temas en boga. Es como el huevo y la gallina, lo que el medio establece como prioritario es sobre lo que habla la gente o al revés. La encuesta viene a ser un interrogante al que lee la página, lo que le importa al usuario, siempre sobre un tema que esté en agenda.
6. ¿Rosario3.com está presente en las redes sociales? ¿En cuáles?
Facebook y Twitter.
7. ¿Poseen *Community Managers*?
Hay una compañera que está dedicada a las redes sociales aunque el que quiera puede subir noticias. Y el editor.
8. ¿Cómo es la actitud de los *Community Managers* frente a la participación de las personas en las redes sociales?
Se moderan de acuerdo a la agresión de los comentarios y se cierran algunas notas a comentarios. Hay que hacer un equilibrio entre posibilitar el derecho a expresión del usuario y también preservar el derecho de intimidad de una persona a la que se refiere en una nota. Está la posibilidad de la crítica bien argumentada y la de escribir cualquier cosa. El tema es cómo las personas se expresan, la gente a veces se meten a difamar a una persona. Las redes sociales dan para todo, depende del uso que se les dé. En un momento el gran demonio era la televisión, ahora la gente se cuida mucho de hablar en la televisión. La libertad de expresión sin responsabilidad no es algo que quiere Rosario3.

Bibliografía

- Acosta-Valdés M., Ramírez-Céspedes Z. y Marrero-Santan L. (enero-febrero 2011). *Organización de la información en sitios web periodísticos*. El profesional de la información, v. 20, n. 1.
- Bowman S. y Willis C. (2003). *Nosotros, el medio: Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Traducido por Guillermo Franco Morales. The Media Center at The American Press Institute.
- Briggs, Mark. (2007). *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Traducido por Guillermo Franco Morales. Knight Foundation.
- Camus J.C. (2009). *Tienes 5 segundos*. Visto en diciembre 2013 <http://tienes5segundos.cl/pdfs/libro-tienes5segundos-final.pdf>
- Canavilhas J. (2007). *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Livros LabCom
- Canella R., Albarello F., Tsuji, T. (2004). *El uso del hipertexto en la estructura de los diarios digitales argentinos*. Hologramática, Año N°1 F.Cs.Ss.U.N.Lomas de Zamora, p. 137-165.
- Codina L. (2003). *Hiperdocumentos: Composición, Estructura y Evaluación*. Editorial Ariel.
- Codina L., Rodríguez-Martínez R. y Pedraza-Jiménez R. (enero-febrero 2010). *Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación*. El profesional de la información, v. 19, n. 1.
- Díaz Noci J. (julio/diciembre 2006). *La interactividad y el periodismo online: una aproximación teórica al estado de la cuestión*. Revista Diálogos Possíveis.
- Díaz Noci J. (noviembre 2004). *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los ciber textos, sus elementos y su tipología*. II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital. Santiago de Compostela.
- Díaz Noci J. *Narratología de las (ciber) noticias*. Visto agosto 2014. <http://www.upf.edu/depeca/GRP/cibermedios/diaz-noci-narratologia-de-las-cibernoticias.pdf>
- Fondevila Gascón J.F. y Segura Jiménez H. (enero/junio 2012). *El peso de la hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo*. Revista Cuadernos de Información N° 30, p. 31 – 40.
- Franco Morales G. (2004). *You've got my attention. Please, don't repeat yourself!*. International Symposium on Online Journalism. Fundación Knight en la Universidad de Texas. Visto en Diciembre 2013. <http://online.journalism.utexas.edu/2004/papers/quillermo.pdf>
- Franco Morales G. (2007). *Cómo escribir para la Web*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas.
- Franco Morales G. y Guzmán J. C. (2004). *The State of Online Journalism in Latin America*. Poynter. Visto en Diciembre de 2013. <http://www.poynter.org/uncategorized/22212/the-state-of-online-journalism-in-latin-america/>

- Franco Morales G., Guzmán J. y Romero M. (2007). *Online Newspapers in Latin America: Latest Trends in Staffing, Content and Revenue*. Poynter. Visto en Diciembre 2013. <http://www.poynter.org/uncategorized/82720/online-newspapers-in-latin-americalatest-trends-in-staffing-content-and-revenue/>
- Hassan Montero Y. y Martín Fernández, F. J. *Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web*. Visto en julio 2014. <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>
- Instone K. *Navigation stress test*. Visto junio 2014. <http://instone.org/navstress>
- Irigaray F., Ceballos D. y Manna M. (2009). *Nuevos medios, nuevos modos, nuevos lenguajes*. Laborde Libros.
- Irigaray F., Ceballos D. y Manna M. (2010). *Periodismo digital en un paradigma de transición*. Laborde Libros.
- Irigaray F., Ceballos D. y Manna M. (2011). *Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: Convergencias, redes y móviles*. Laborde Libros.
- Irigaray F., Ceballos D. y Manna M. (2013). *Webperiodismo en un ecosistema líquido*. Laborde Libros.
- Krug S. (2006). *No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la Web* (2a. ed.). Traducido por Díaz J.M. Pearson.
- Larrondo Ureta A. (2005). *Estructura discursiva de la noticia hipertextual: el valor de la información relacionada y documentada*. Revista Ámbitos nº 13-14, p 155 – 175.
- Larrondo Ureta A. y Díaz Noci J. (2012). *La investigación del hipertexto periodístico: una propuesta de análisis*. Visto agosto 2014. <http://www.upf.edu/depeca/GRP/cibermedios/larrondo-diaz-noci-la-investigacion-del-hipertexto-periodistico.pdf>
- López García G. (Ed.). (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia. Servei de Publicacions de la Universitat de València
- Mancini P. (2011). *Hackear el periodismo*. La Crujía Ediciones.
- Manovich L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Editorial Paidós.
- Martini S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma
- Nielsen J. (1994). *Ten usability heuristics for user interface design*. Visto en junio 2014. <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- Nielsen J. (1997). *Be Succinct! (Writing for the web)*. Visto diciembre 2013. <http://www.nngroup.com/articles/be-succinct-writing-for-the-web/>
- Nielsen J. (2000). *Eyetracking Study of Web Readers*. Visto en abril 2014. <http://www.nngroup.com/articles/eyetracking-study-of-web-readers/>
- Nielsen J. (2008). *How Little do users read*. Visto en abril 2014 <http://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read/>
- Nielsen J. (2010). *Scrolling and Attention*. Visto en abril 2014. <http://www.nngroup.com/articles/scrolling-and-attention/>
- Nielsen J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Visto Diciembre 2013. <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

- Nielsen J. y Tahir M. (2001). *Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed*. New Riders Publishing.
- Núñez Aldazoro A. (1999). *Los retos del periodismo digital*. Visto en junio 2014. <http://saladeprensa.org/art79.htm>
- Palacios M. y Díaz Noci J. (eds.). (2009). *Online Journalism: Research Methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective*. Argitaipen Zerbitzua.
- Raimondo Anselmino N. Visto agosto 2014. <http://www.unr.edu.ar/noticia/5298/espacios-de-intervencion-y-participacion-en-diarios-digiales>
- Rost A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral.
- Rost A. (2007). *Propuestas para un Periódico Digital Interactivo*. Zer, nº22, p.369-389.
- Salaverría R. (junio 2004). *Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo*. Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui, v. 086, p. 38 – 45.
- Salaverría R., Díaz Noci J., Domingo D. y Micó-Sanz J. (noviembre-diciembre 2010) *Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia*. El profesional de la información, v. 19, n. 6, p. 568-576.
- Sánchez A. (2013). *Mini test de usabilidad para websites, 20 Leyes Heurísticas*. Visto en julio 2014. <http://www.uxinperu.com/mini-test-de-usabilidad-para-websites-20-leyes-heuristicas/>
- Túñez López M. (2012). *Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Vol. 18 Núm. 1, p. 221-239.
- Zelizer B. (January 2008). *Whymemory'swork on journalismdoesnotreflectjournalism'swork on memory*. *Memory Studies*, vol. 1, nro. 1, 79-87.