

MEDIOS EN INTERNET: EL CASO VASCO. UN ESTADO DE LA CUESTIÓN

DÍAZ NOCI, Javier
SERRANO TELLERÍA, Ana
LARRONDO URETA, Ainara
LARRAÑAGA ZUBIZARRETA, José
MESO AYERDI, Koldobika
UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO

RESUMEN:

Más de una década trabajando en el análisis de este nuevo fenómeno que hemos dado en llamar ciberperiodismo es aval más que suficiente para presentar esta comunicación. Uno de los últimos proyectos (“El impacto de internet en los medios de comunicación del País Vasco”), financiado en esta ocasión por la Universidad del País Vasco, no es sino la continuación de otros precedentes y la antesala de otros ya en marcha con resultados visibles en este mismo Congreso. Todos estos proyectos, y otras iniciativas en las que quienes firman esta comunicación toman parte han ido construyendo una línea de investigación creemos que cada vez más sólida y han permitido comprobar determinadas metodologías que aplicar a los objetos de investigación que nos interesan. En el caso que nos ocupa aplicamos esas metodologías ya utilizadas con éxito en los proyectos precedentes en el análisis de los cibermedios vascos. Ello nos ha permitido presentar un panorama bastante completo de lo que es el ciberperiodismo vasco.

Palabras clave: medios, periodismo, internet

1. INTRODUCCIÓN

Esta comunicación presenta el proyecto teórico y metodológico que se diseñó para la investigación de “El impacto de internet en los medios de comunicación en el País Vasco” (2004-06), dirigida por Javier Díaz Noci e integrada por los investigadores de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV – EHU (Departamento de Periodismo II) Koldobika Meso Ayerdi, José Larrañaga Zubizarreta, Ainara Larrondo Ureta y Ana Serrano Tellería (UPV 00017.323.4-16005/2004). Los componentes de dicho equipo llevaban trabajando, en algunos casos, más de una década en el análisis de este nuevo fenómeno que hemos dado en llamar ciberperiodismo, y que se manifiesta sobre todo en el periodismo de la World Wide Web. El proyecto financiado por la Universidad del País Vasco es, de alguna manera, la continuación de otros inmediatamente precedentes, en concreto dos de ellos: la acción europea COST A20, dirigida por el profesor de la Universidad de Westminster (Reino Unido) titulada “The impact of the Internet in the mass-media in Europe”; y el proyecto de investigación financiado por el entonces Ministerio de Ciencia y Tecnología, y hoy de nuevo Ministerio de Educación y Ciencia, “El impacto de internet en los medios de comunicación en España” (refs. BSO2002-04206-C04-01,-02,-03 y -04). Todos estos proyectos, y otras

iniciativas en las que el grupo de investigación y sus miembros tomaron parte han ido construyendo una línea de investigación creemos cada vez más sólida y que han permitido comprobar determinadas metodologías que aplicar a los objetos de investigación que nos interesan. En este proyecto aplicamos esas metodologías, ya utilizadas con éxito en los proyectos precedentes, en el análisis de los cibermedios vascos, lo que nos permitió presentar un panorama bastante completo en la publicación del mismo nombre “El impacto de internet en los medios de comunicación vascos” (DÍAZ NOCI *et al.*, 2007). Asimismo el grupo pretende, mediante distintas iniciativas coordinadas, ir abarcando los diferentes aspectos del ciberperiodismo, apuntando métodos de investigación sin descuidar ni los resultados empíricos ni la vertiente docente. Por ello, el 6 y 7 de noviembre de 2006 el grupo realizó unas jornadas sobre ‘Diseño periodístico en internet’ en la UPV-EHU, destinadas principalmente al alumnado y a la elaboración de un manual colectivo (LARRONDO, A., SERRANO, A. 2007) con las contribuciones de los ponentes participantes. La conveniencia de abordar desde la especialización una faceta del diseño web escasamente explorada en la bibliografía nos guió en la publicación de esta obra pionera cuya principal contribución viene marcada por la diversidad de enfoques y la complementariedad de los aspectos tratados.

En la actualidad, el grupo continúa su labor de investigación en ciberperiodismo desde sus diversas facetas y dispone de otro proyecto, coordinado por Koldobika Meso Ayerdi, “Situación laboral y actitudes profesionales de los periodistas digitales en el País Vasco” (2006-08, ref. UPV/EHU 06/32), explicado en profundidad en otra comunicación a este mismo Congreso.

2. EL UNIVERSO DE ESTUDIO

El primer aspecto a delimitar es el universo de estudio. Con la intención de no referirnos a un número demasiado amplio, inabarcable, de medios, nos centraremos en los diarios vascos de información general con presencia en internet.

Este criterio, que podría parecer simple en principio, si bien se examina arroja unas particularidades a tener en cuenta. En primer lugar, cuando se habla de medios “tradicionales”, impresos en este caso, es casi siempre sencillo determinar cuál es su periodicidad. Por tanto, podría ser éste el criterio dominante en la elección del objeto de estudio. No obstante, la correspondiente edición digital no tiene por qué tener una periodicidad estrictamente diaria, sino que, en todo o en parte, puede estar sometida a renovaciones constantes en función de las necesidades informativas. Eso es lo que, en realidad, sucede. Y serviría de primera hipótesis: la evolución histórica de las ediciones digitales de los

diarios, y también de los diarios vascos, tiende hacia la renovación constante, aunque mantiene una base (las noticias de la edición impresa, volcadas a internet) de periodicidad diaria. De hecho, hay incluso medios digitales que ofrecen dos ediciones, la digital y la impresa. Incluso, los hay que ofrecen, además de los contenidos en lenguaje html, la reproducción exacta de la edición en papel en formato pdf. Y, significativamente, en ocasiones se trata de un servicio de pago, y de una posibilidad de hemeroteca más amplia que aquella que, paradójicamente, permitiría una mayor facilidad de búsquedas. Es decir, la hemeroteca digital de *El Correo* es mayor en formato pdf que en formato html.

Al estudio del mensaje afectan otros factores relacionados, como la estructura de las redacciones y sus rutinas de producción. Por ejemplo, cuál es el número de periodistas de la edición digital, generalmente mucho menor que el número de redactores de la edición impresa, y cuál es su cometido principal: rehacer informaciones previamente publicadas en –y por tanto, pensadas para– el medio impreso, o elaboran contenidos originales. La segunda hipótesis que formulamos es, precisamente, esa: la dependencia clara de las ediciones digitales con respecto a las impresas, a pesar de que la decisión de atender en las ediciones digitales –donde es técnicamente posible– a la actualidad informativa más candente a medida que ésta se va produciendo influye recíprocamente en el tratamiento que se da a esas mismas noticias en la edición impresa. Se trata de un proceso no rupturista, sino más bien de paulatina adaptación.

Otro factor a tener en cuenta, a la hora de escoger el criterio exacto que nos delimite el objeto de estudio, es la existencia de diarios de información general –en forma impresa y digital– local o comarcal, especialmente en euskera. Se trata de unos casos cuyo estudio sería muy interesante, por el tipo de información que abordan, por el idioma en que lo hacen –cuya gramaticalización y uniformación son procesos no del todo concluidos, máxime cuando en algunos de esos medios se emplean variedades dialectales o locales–, y por esa dicotomía entre lo local y lo global que se ha estudiado, por ejemplo, en los casos islandés (ALDÍSARDÓTTIR, Lóa., 2000) o gallego.

Finalmente, tampoco se nos oculta que internet ha provocado cambios en otros medios; por ejemplo, los audiovisuales que, a la hora de situarse en internet, han tenido que elegir entre varias opciones, no siempre incompatibles: que su edición digital sea un mero escaparate de su programación, que sirva de promoción a la misma, y por tanto ofrezca material complementario –lo que se hace con las series y programas de más éxito– o aprovechar, siguiendo el modelo pionero de la BBC británica, el material que por cuestiones de tiempo se desecha en el medio audiovisual para ofrecerlo, en modo predominantemente textual, en la

edición digital. Por tanto, esas ediciones digitales de las radios y televisiones podrían igualmente ser considerados ciberdiarios. De nuevo, y por la única razón de no extendernos en ese análisis en esta prueba, nos ceñiremos al criterio antes expuesto.

En definitiva: el universo que estudiamos está compuesto por los diarios de información general de ámbito supralocal o supracomarcial, que tienen edición impresa y digital, y que no sean boletines oficiales. Se trata de los diarios *El Correo*, *El Diario Vasco*, *Deia*, *Gara*, *Berria*, *Diario de Noticias de Álava* y *Noticias de Gipuzkoa*.

3. HISTORIA DE LOS CIBERDIARIOS VASCOS

En la historia de los medios de comunicación vascos en internet hemos distinguido varias etapas:

A) Los orígenes: Fue precisamente un diario de información general el primer medio vasco que dio el salto a internet, y uno de los primeros sitios web vascos (ARMAÑANZAS, E. *et al.*, 1996). Fue, asimismo, uno de los primeros ciberdiarios españoles que ofrecieron una edición en la Red. A mediados de 1995 el *Diario Vasco*, el medio escrito más leído en esta provincia –la más pequeña del Estado, por cierto–, decidió ofrecer una edición en internet. La edición electrónica del rotativo donostiarra fue semanal hasta diciembre de 1995. A partir de 1996 se hizo diaria. Predominaba, como en el caso de los otros diarios españoles que habían dado el salto a internet –no todos; *El País*, por ejemplo, no lanzó su edición digital hasta mayo de 1996–, el texto, y la estrategia del volcado de contenidos de la edición impresa. Se trata, claramente, de la primera etapa de todos los medios de comunicación periodística en internet. Esta etapa, dominada por las empresas de comunicación ya establecidas, se caracterizaba por el volcado de contenidos, que rara vez estaban originalmente concebidos para la Web.

Esta es la razón por la cual durante años buena parte del público de estos medios digitales provenía de residentes en el extranjero. En esta primera etapa, que podemos extender, al menos en el caso de los diarios vascos, hasta 1998-1999 (MESO, Koldo, 2004), y que podemos calificar de experimental o de situarse en el mercado digital, el resto de las cabeceras mostró una actitud reticente a lanzar sus productos en internet.

Puede apreciarse cuál ha sido el ritmo de creación de cabeceras digitales diarias de información general en la Comunidad Autónoma Vasca en el siguiente cronograma:

Ciberdiario	Año de creación
-------------	-----------------

<i>Diario Vasco</i>	1995
<i>El Correo</i>	1996
<i>Euskaldunon Egunkaria</i>	1997 (no oficial), 1998 (oficial)
<i>Egin</i>	No tuvo página web
<i>Euskadi Información</i>	1998
<i>Gara</i>	1999
<i>Deia</i>	1999
<i>El Periódico de Álava</i>	No tuvo edición web
<i>Berria</i>	2003
<i>Diario de Noticias de Álava</i>	2004
<i>Noticias de Gipuzkoa</i>	2005

Puede así decirse que, en realidad, la verdadera historia, la verdadera apuesta por el ciberperiodismo sólo comienza, en el panorama informativo vasco, en la segunda etapa, a la que ya se incorporan todos los medios.

B) Desarrollo y consolidación: Una segunda etapa que tiene como característica fundamental el intento por empezar a superar el mero volcado de contenidos de las ediciones impresas y comenzar a explorar las posibilidades del lenguaje multimedia y digital. Toda esta época puede adscribirse a la del periodismo adaptado, según la clasificación de María Ángeles Cabrera (CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles. 2001). En el caso vasco, esa fase se da en los medios que habían lanzado una edición digital en los años precedentes, mientras que otros medios que empiezan más tarde en internet o bien se ven obligados a entrar directamente en una fase más desarrollada o bien ofrecen productos más propios de la primera etapa.

Sea como sea, hay un punto de inflexión claro en la historia de los cibermedios vascos, y sobre todo, de los ciberdiarios: 1998. En ese año se producen, en todas las empresas periodísticas vascas, decisiones clave por lo que respecta a la edición digital. Sin embargo, el panorama de consolidación no se produce hasta 2000. Hasta entonces, no puede decirse que se haya superado la mera presencia testimonial, en el mejor de los casos. *El Correo Digital* se convierte en ese momento en el portal más visitado por los internautas.

La evolución de los ciberdiarios vascos se corresponde con el índice de penetración de usuarios de internet en la Comunidad Autónoma Vasca, según el EUSTAT¹. Veamos con un cierto pormenor cómo cada uno de los diarios vascos se replantea en este segundo período su

¹<http://www.eustat.es/document/datos/euskadi%20en%20cifras/04_euskadi_cifras_c.pdf>

estrategia en internet. En resumidas cuentas, esta etapa del ciberperiodismo vasco, que se extendería desde 1999 hasta 2004, se caracterizaría por los siguientes rasgos:

1. Predomina la adaptación de contenidos de los diarios impresos, aunque comienza a darse la presencia de algunos elementos nuevos. Fundamentalmente, yuxtaposición de informaciones sonoras de radios del propio grupo, en el caso del entonces Grupo Correo. La multimedialidad es, por tanto, limitada.

2. Los medios de Vocento presentan un diseño algo más avanzado, y estandarizado para todos los diarios. No obstante, salvo *Deia*, el resto de los ciberdiarios vascos, en consonancia con la mayoría de los restos españoles, europeos y estadounidenses, presenta un diseño dividido en tres partes: una columna a la izquierda del usuario, con el menú de secciones; la columna central, más ancha, con las noticias propiamente dichas; y otra columna a la derecha, con los servicios. En esta época, en todo el mundo, y el País Vasco no es excepción, aparece una cierta convergencia en el diseño de los cibermedios, con convenciones que se repiten en todos ellos.

3. Oferta de servicios de hemeroteca, gratuitos, que no estaban presentes, o lo estaban de forma muy limitada, en la primera época.

4. Comienzan a aparecer algunos servicios personalizados e interactivos. Se abandona la pasividad que se limitaba a situar un producto en la Red. Es decir, se buscan lectores entre los internautas.

5. Modelo abierto, gratuito, no de pago. Incluso quienes, como *El Correo*, ensayaron en un principio la suscripción gratuita, abandonan pronto esa opción. Sólo *Deia.com*, en 2005, coincidiendo con el cambio de diseño y denominación (antes *Dei@Digital*) se atreve con un modelo de registro, igualmente gratuito.

Puede afirmarse que, sin excepción, todos los ciberdiarios vascos se conciben como complemento de los medios matrices tradicionales, los periódicos impresos.

C) Hacia un periodismo multimedia: Las nuevas propuestas de los ciberdiarios vascos: Aunque difícilmente puede afirmarse que nos hallamos ante una etapa definitiva, o ante lo que supondría una meta del ciberperiodismo en general, y del vasco en particular, y aunque tampoco se pueda concluir que estamos ante el periodo anunciado por los estudiosos –un periodismo concebido para la Red en forma exclusiva, que aproveche todas las potencialidades del lenguaje multimedia, de la hipertextualidad y de la interactividad, sí podemos distinguir, por ahora, una tercera etapa en los ciberdiarios vascos, una aproximación más decidida hacia productos propiamente digitales. Aun así, la dependencia del modelo impreso es todavía muy patente. También se aprecia un tímido intento, aunque no es el

primero, de convergencia de medios en aquellos casos en que pertenecen a un grupo multimedia, en el sentido empresarial. Es el caso de los dos diarios vascos del grupo Vocento, que comienzan a incorporar imágenes de video procedentes de televisiones locales, u ofrecen –significativamente, en una ventana aparte- la programación de Punto Radio, la emisora del propio grupo.

Los ciberdiarios vascos también han recogido en sus páginas web, como han hecho otros medios de todo el mundo, blogs o bitácoras, tanto para sus periodistas como para los usuarios. Es el caso de *El Correo Digital*, *DiarioVasco.com* y *Berria.info*.

En esta nueva etapa, la que va desde 2004 hasta la actualidad, se han añadido dos ciberdiarios al panorama mediático vasco: *Diario de Noticias de Álava* y *Noticias de Gipuzkoa*, del grupo del *Diario de Noticias de Navarra*, aunque se trate de tres razones sociales diferentes (también lo son las de los ciberdiarios *El Correo Digital* y *DiarioVasco.com*, y además lo son, respectivamente, de las empresas que editan los diarios impresos *El Correo* y *El Diario Vasco*). Las tres webs de los dos nuevos ciberdiarios y del navarro son muy similares, con un diseño pulcro, sin grandes alardes, que básicamente explotan la información del día, con poca actualización, nula multimedialidad y reducida interactividad, como luego pondremos de manifiesto al aplicar las metodologías comparativas. Por decirlo de otra manera, estos ciberdiarios permanecen en la etapa del modelo adaptado.

En cuanto a las tendencias del diseño gráfico, es de destacar que a finales de 2006 y principios de 2007 fueron desapareciendo de los ciberdiarios de todo el mundo –el pionero fue *Clarín.com*- los menús por secciones de la izquierda de la pantalla. Pueden aducirse varias razones para ello:

- 1) El aumento de definición de las nuevas pantallas, que invita a que las noticias ocupen una mayor anchura.
- 2) La jerarquización por secciones, reflejada en los menús, se considera excesivamente deudora de la tradición impresa. Frente a ello, una noticia digital puede estar clasificada en diversas secciones. Puesto que, cada vez más, las noticias apuntan mediante hipervínculos a otras informaciones, que a su vez pueden estar clasificadas en secciones diferentes, se considera en algunas redacciones que es superfluo reproducir ese menú por secciones en todas y cada una de las páginas web que componen el sitio del ciberdiario.
- 3) Se ha comprobado que, en muchas ocasiones, el cibernauta no empleaba el menú por secciones, sino que hacía un recorrido –al respecto, véase la sección de este trabajo en que hacemos referencia a los modos de lectura en el ciberespacio- por las diferentes informaciones de la página inicial, y profundizaba en aquellas que realmente le interesaban.

4) Finalmente, la certeza de que el internauta, en muchas ocasiones, no llega a la información que le interesa a partir de la portada, o primer nivel hipertextual, sino a partir de enlaces recomendados por otros internautas, por enlaces de otras noticias del propio cibermedio, o mediante los resultados de sus pesquisas en los buscadores.

También los ciberdiarios vascos, en el momento de cerrar este estudio (febrero de 2007), habían dado pasos en este sentido. En definitiva, se trata de una prueba más de que nos hallamos en un momento en que los ciberdiarios vascos –no siempre ha sido así a lo largo de su historia- procuran seguir las pautas generales de los cibermedios en todo el mundo, y dan pasos en pos de un producto diferenciado. Se trata, sin embargo, de una previsible etapa de transición hacia un aprovechamiento integral de las posibilidades del lenguaje multimedia y de una emancipación de las redacciones y los profesionales con respecto al modelo impreso del que, sin embargo, aún continúan dependiendo en muy gran medida.

4. EVALUACIÓN DE LOS CIBERDIARIOS VASCOS

Una vez delimitado el universo de estudio, y de trazar su evolución histórica, aplicamos a los mismos un método de evaluación que nos resulta especialmente fiable y efectivo. Nos referimos al que, con algunos ajustes, ha ido proponiendo el profesor Lluís Codina, de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, en varios de sus trabajos². Impartimos desde hace algún tiempo un curso de doctorado conjunto con el profesor Codina, lo que refuerza, aún más si cabe, la confianza en los resultados de su método.

La única particularidad fue el ciberdiario *Gara.net*, que cambió su diseño sólo unos días después de someterlo a esta evaluación

Vayamos ya a explicar las fichas de evaluación. En primer lugar, se hace una identificación del medio, y de su URL. El análisis de Codina se divide en tres grandes apartados: contenido y acceso a la información; visibilidad o macronavegación; y usabilidad. El primer apartado mide cuestiones como la autoría y solvencia de la fuente, la cantidad y la calidad de la información. En segundo, que corresponde a la visibilidad de cada medio, es decir, su peso específico en el conjunto de internet. Se mide su luminosidad, o número de enlaces que el medio analizado ofrece hacia otras páginas web, y la ubicuidad, o cómo dicho medio se encuentra en internet, es decir, cuántas otras páginas “apuntan” hacia él. Esta parte de

² CODINA, Lluís. Evaluación de recursos digitales en línea. Conceptos, indicadores y métodos. En: *Revista Científica Española de Documentación Científica*. 23, 1. Madrid: CSIC, 2000, p. 9-43; CODINA, Lluís. Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación. En: Díaz Noci, J.; Salaverría, R. (coords.). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003, p. 141-194; CODINA, Lluís. Posicionamiento web: conceptos y ciclo de vida. En: *Hipertext.net*. N.2, 2004. <<http://www.hipertext.net>> [Consulta: 03/11/2005].

desglosa en varios criterios, como si ofrece metadatos –criterio muy manejado por las ciencias de la documentación- o cuántos enlaces a su propio sitio web consigue. Finalmente, el tercer criterio analizado es la usabilidad, apartado en el que se analiza la presencia o no de elementos interactivos (o, en la terminología de la documentación, “transaccionales”). Se trata de 51 preguntas que ofrecen, creemos, una buena panorámica de las características de cada medio, y de sus fortalezas y debilidades.

Esta evaluación puede ser considerada preliminar, e indica aquellos puntos en que los medios pueden todavía mejorar. En líneas generales, podría decirse que en todas aquellas rutinas periodísticas ya heredadas de la profesión y de los hábitos del periodismo impreso –mención de autoría, titulación, etc.- se muestra solvente en cualquier caso. No así cuando se trata de aprovechar las características del documento digital: apenas se emplean los metadatos, no se usan los enlaces externos –en un medio concebido por cierto para eso precisamente- y la jerarquización, de la que es reflejo la usabilidad, no se lleva a cabo con todos los criterios que el medio digital permitiría. Ello hace que ninguno de los medios obtenga puntuaciones (por emplear la terminología académica) notables o sobresalientes. Es decir, ninguno de los cybermedios estudiado ha explorado clara y decididamente las posibilidades –y no sólo técnicas, sino también y fundamentalmente expresivas- hoy por hoy a su alcance.

5. ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS EDICIONES IMPRESAS Y DIGITALES

Finalmente, sometimos a los ciberdiarios vascos, y sus correspondientes ediciones impresas, a un análisis comparativo que ya empleamos en otras ocasiones, creemos que con buenos resultados. Esta metodología comparativa se empleó por primera vez en el análisis de los principales medios diarios, impresos y digitales, de dieciocho países europeos. La metodología, que se debe a los profesores de la Universidad de Ámsterdam Richard van der Wurff y Edmund Lauf, se puso en marcha dentro de la acción europea COST A20 (WURFF, Richard van der; LAUF, Edmund; O'SULLIVAN, John (eds.). 2005).

Se emplean varias fichas: la parte A y B se pregunta por cuestiones como la denominación y diseño de los medios impreso y digital comparado, la frecuencia de su actualización y el número de ediciones, los idiomas que se emplea, si ofrece réplicas o versiones para otros dispositivos móviles, y el espacio destinado a información, noticias, menús, servicios, anuncios clasificados, ofertas de empleo, etc. De alguna manera, con ello se consigue conocer frente a qué tipo de medio –sobre todo, digital- nos encontramos. La parte C se centra en el ítem informativo, preguntándose por qué recursos se emplean. Normalmente, se seleccionan cuatro ítems del medio impreso y otros tantos del medio digital, para establecer

comparaciones. En este caso, nos limitaremos al medio digital, que es nuestro objeto principal de estudio. Hemos, en cambio, analizado dos muestras del mismo día de cada diario digital, para ver hasta qué punto se actualizan las informaciones. En todos los casos se ha tomado una muestra a las nueve y media de la mañana, aproximadamente, que es cuando, fundamentalmente, los cibermedios reproducen noticias del día anterior, tomadas o no del medio impreso, modificadas o no. Y se ha tomado una segunda muestra algo antes de la medianoche, que es cuando se supone que los medios han tenido tiempo suficiente para renovar sus informaciones a lo largo de todo el día. Ha habido una excepción: *NoticiasdeAlava.com* y *NoticiasdeGipuzkoa.com*, que no renuevan sus informaciones en todo el día.

La mayoría de los cibermedios analizados ofrecen, de una u otra manera, una réplica de la edición impresa. Es ya habitual que los medios digitales se presenten como de renovación continua y, a la vez y en la propia edición web, reproduzcan los contenidos –que, claro está, no varían– de la edición impresa. En España, fue *ElMundo.es* quien dio inicio a esa estrategia, en un tiempo (primeros años 2000) en que algunos diarios digitales ensayaban fórmulas de pago. Al contrario que en *ElMundo.es*, ninguno de los medios vascos cobra por la edición impresa en internet, cuando la presentan en html (caso de *Berria.info*, *Gara.net*, *Deia.com*, *ElCorreoDigital.com*, *DiarioVasco.com*), aunque sí lo hacen cuando la ofrecen en formato pdf, es decir, como un facsímil (que, por cierto, incluye la publicidad original del papel). Es el caso de los dos ciberdiarios vascos del grupo Vocento. Es una estrategia que emplean también otros diarios españoles, por ejemplo, *ElPaís.es* o *LaVanguardia.com*. Por el contrario, *NoticiasdeÁlava.com* y *NoticiasdeGipuzkoa.com*, que no son ciberdiarios de renovación continua, sino que básicamente ofrecen un resumen, con algunos servicios añadidos, de la edición impresa, no tienen una versión html o pdf de la versión impresa.

El espacio destinado a la información, las noticias, en las ediciones digitales de los diarios vascos, ya que en las impresas es de prácticamente el 100%, quitando la mancheta y algún anuncio, que en todo caso no es muy grande.

En cambio, son menos los ciberdiarios vascos que ofrecen la posibilidad de una edición (completa o no) que se remite a los usuarios por correo electrónico, es decir, un listado de titulares en html que recibe a unas horas determinadas –y en un orden determinado por el propio usuario– en el buzón electrónico. Dicho servicio sólo lo ofrecen los ciberdiarios de Vocento, que, además, tienen también un servicio de alertas de noticias importantes que se remiten por correo electrónico al lector que lo solicita en cuanto se produce el acontecimiento destacado, de forma gratuita.

Ninguno de los ciberdiarios vascos se ha decidido aún a lanzar una edición que pueda recibirse en las agendas electrónicas, servicio que sí tienen buena parte de los ciberdiarios españoles de información general.

En una comunidad bilingüe como la vasca, con dos idiomas oficiales, era pertinente preguntarse por el número de idiomas empleados en los medios analizados, especialmente, por su relevancia y visibilidad, la oferta que se hace en la portada. Pues bien, la mayoría sólo se decanta por uno u otro idioma, especialmente –y esto conviene destacarlo- en su edición digital. *ElCorreoDigital.com* y *El Correo*, *DiarioVasco.com* y *El Diario Vasco*, *Deia.com* y *Deia*, *Berria.info* y *Berria* sólo ofrecen, en sus portadas, un solo idioma, el castellano en todos los casos salvo, naturalmente, el de *Berria*. Sí emplea ambos idiomas –aunque con el castellano como lengua dominante- *Gara* y *Gara.net*.

En cuanto al número de ediciones, merece la pena recalcar las diferencias, que en parte explica la propia naturaleza del entorno digital, entre medios impresos y medios digitales. El caso que ejemplifica mejor las diferencias entre la estrategia impresa y la estrategia en la web es *Diario Vasco*. La edición impresa –se trata de un diario provincial, por cierto, de la provincia española más pequeña pero con mayor índice de lectura de diarios- tiene numerosas ediciones comarcales; la edición digital sólo tiene una edición única. La información local tiene así escasa cabida en el medio digital donde, curiosamente, hay menos limitación de espacio.

En cuanto a las opciones de memoria, los diferentes ciberdiarios ofrecen hemerotecas de mayor o menor extensión. De momento, acceder a estas hemerotecas digitales es gratuito. También es cierto que la búsqueda es por fechas o por palabras clave, sin que ningún ciberdiario ofrezca una búsqueda compleja o combinada, booleana. Cuanto mayor es la tirada en el medio impreso, y el número de visitas en Internet, menor es la oferta de hemeroteca.

A la información de servicio dedican los ciberdiarios un espacio muy desigual y destaca el escaso desarrollo de los espacios interactivos que estos cibermedios, pese al supuesto auge el periodismo ciudadano o 2.0, ofrecen.

En cuanto a las informaciones propiamente dichas, y antes de analizarlas con más detalle empleando la tercera parte de la metodología que estamos empleando (la ficha C), sí es relevante poner de manifiesto una cuestión que, salvo en *Gara.net*, se repite invariablemente en todos los ciberdiarios vascos: la inexistencia de referencia al momento temporal de la noticia. Predominan las informaciones con estructuras hipertextuales muy sencillas, en muchos casos, lineales con dos niveles y sendos nodos, sin retornos. En algunos casos, se ofrecen estructuras arbóreas, informaciones de diverso tipo casi meramente yuxtapuestas.

Teóricamente, son noticias arbóreas, pero en realidad, se trata de un nodo inicial que da paso al desarrollo de la noticia,

6. CONCLUSIONES

1) Todos los cibermedios estudiados provienen de un diario impreso. Sin embargo, en buena medida se trata de empresas diferentes, aunque los autores de las informaciones sean, en buena medida, los mismos en los dos casos.

2) Guipúzcoa es el territorio histórico vasco que dispone de más cabeceras, tanto impresas como digitales. En esta provincia se publica el único diario (y el ciberdiario) de información general en euskera, y buena parte de los que, relacionados con él, tiene una tirada comarcal.

3) Sólo un ciberdiario cuenta con varias ediciones: *ElCorreoDigital.com*. El resto de los ciberdiarios, al contrario que sus ediciones impresas, mantienen una única edición en internet.

4) La historia de los ciberdiarios vascos nos indica que muchos de ellos, por circunstancias diferentes, llegaron tarde a internet. De hecho, el pionero, *DiarioVasco.com*, es el que presenta un mayor grado de desarrollo del lenguaje digital. No obstante, en los últimos tres años se aprecia una considerable evolución de todos ellos hacia una homologación en diseño y recursos html. Sólo *NoticiasdeAlava.com* y *NoticiasdeGipuzkoa.com*, los últimos en llegar, mantienen ediciones propias de otros periodos históricos de la edición digital en internet, pues son meros volcados de la edición impresa, sin renovación constante.

5) La historia de los ciberdiarios vascos y su estudio comparativo actual arrojan una misma conclusión: hay dos modelos, uno muy “portalizado” (los dos diarios de Vocento), con muchas informaciones de servicio, entretenimiento, etc. y otro muy informativo, que prácticamente sólo ofrece noticias de actualidad (el resto de los ciberdiarios).

6) Casi todos los medios, salvo *Deia.com*, en mayor o menor medida, forman parte de grupos informativos, por lo que son ya muy comunes los enlaces a otros medios, bien textuales, bien audiovisuales. De ello no se deriva una mayor incorporación de los contenidos de unos medios en otros, ni una mayor multimedialidad, o convergencia de lenguajes, puesta en común de bases de datos, o sistemas comunes de gestión de la información. En todo caos, la multimedialidad, es limitadísima, y yuxtapuesta, propia más bien de otros estadios de la evolución de la edición digital en internet.

7) La evaluación preliminar de las características de los ciberdiarios vascos arroja, por lo general, puntuaciones no demasiado notables, aunque superan todos el “aprobado”. Los diarios del grupo Vocento son los que obtienen mejores puntuaciones. De los dos, es el

DiarioVasco.com el que, según esta metodología, corrobora que disfruta del mejor desarrollo de las posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia de todos los diarios vascos.

8) Todos los medios demuestran ser profesionales en cuanto a la autoría, mención de fuentes, etc. Sólo *Gara.net* ofrece todas sus informaciones sin firmar. La identificación de empresa, razón social, etc., es en todos los casos correcta.

9) Los dos *Noticias...com* y *Gara.net* son los medios con menos cantidad de información nueva con respecto a las ediciones impresas.

10) Todos los cibermedios ofrecen algunas carencias en cuanto a ergonomía y acceso a la información; por ejemplo, es raro el que ofrece un mapa del sitio web. La navegación semántica es inexistente, así como las búsquedas booleanas, o el empleo exhaustivo de metadatos.

11) Todos los ciberdiarios vascos son muy poco luminosos, dan rara vez vínculos externos.

12) La dependencia de los ciberdiarios con respecto a las ediciones impresas es aún acusada. La mayoría ofrece una edición digital y otra –en html o pdf- impresa. Han explorado poco, en cambio, la distribución en otros dispositivos, como teléfonos móviles o PDA. Sólo los medios de Vocento ofrecen servicios informativos a través del correo electrónico.

13) El empleo de varios idiomas es muy reducido; los cibermedios vascos son, fundamentalmente, monolingües –salvo en el caso de *Gara.net*-. Se han perdido las ediciones digitales de *Gara.net* y *Berria.info*.

14) Los ciberdiarios vascos apenas ofrecen opciones de personalización.

15) La oferta de hemeroteca es, en general, limitada; sólo los cibermedios recientes ofrecen todo su archivo digital. El empleo de los recursos de la memoria que ofrece el lenguaje digital se desaprovechan casi sistemáticamente; además de las hemerotecas limitadas, y de los sistemas de búsqueda demasiado sencillos (por palabras o frases o por fechas), tampoco se emplean sistemas de arquitectura de la información que permitan relacionar distintas informaciones por autor, tema, fecha, etc. La modularidad que de ello se derivaría se ignora prácticamente por completo; cuando se ofrecen informaciones relacionadas, se hace sin enlace de retorno y sin que lleguen a crearse estructuras reticulares.

16) Los ciberdiarios vascos, en general ofrecen pocos recursos interactivos: foros, chats, videochats, encuestas, etc. Incluso parece haber una reticencia a ofrecer la dirección de correo electrónico de las secciones o de los redactores, y cuando así se hace, ni siquiera se trata de un enlace activo.

17) La mayoría de las estructuras hipertextuales de las noticias analizadas es simple: lineal sin retorno, con dos únicos nodos y niveles. En ocasiones, lo que parecería una estructura

arbórea o abierta (poco ramificada, en todo caso) no es sino la reproducción de la estructura impresa de noticia principal más despiece. Las estructuras arbóreas se emplean en ocasiones, en noticias de última hora de producción propia, en ocasiones incorporando vídeos o imágenes en directo. Rara vez se completa la información de actualidad con productos “especiales”, en Flash. Destaca, al respecto, por la calidad de los mismos y su estructura compleja, pero a la vez fácilmente navegable, *DiarioVasco.com*.

18) La noticia, o el reportaje de actualidad en el mejor de los casos, es el género que predomina. Se da una escasa utilización de los géneros dialógicos o de los argumentativos, así como de los interpretativos, que, en teoría, serían los que mejor se adaptarían a las potencialidades del lenguaje multimedia. A tenor de los datos que arroja la comparación entre las ediciones impresas y digitales de los diarios vascos, puede concluirse que casi el 90% de los ítems analizados son noticias. Hay cibermedios que tienen más dependencia de las noticias publicadas en el medio impreso, como *Gara.net* y los dos *Noticias.com*, pero se aprecia algún intento de adaptar la redacción de esas informaciones al entorno digital. Por ejemplo, más que una entradilla se ofrece en las portadas un *teaser* o gancho, es decir, se fragmentan siguiendo una lógica no necesariamente igual a la que supone ese mapa que es el diseño en papel. El gancho aparece en el 70% de las noticias de las portadas analizadas.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBERDI EZPELETA, Aintzane. El diario de servicios en España. Oviedo: Septem, 2002.
- ALDÍSARDÓTTIR, Lóa. Global medium – local tool? How readers and media companies use the Web. En: European Journal of Communication, vol. 15, nº 2, June 2000, p. 241-251.
- ARMAÑANZAS, E.; DÍAZ NOCI, J.; MESO, K. El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Barcelona: Ariel, 1996.
- ARMENTIA, José Ignacio; CAMINOS MARCET, José María; MARIN MURILLO, Flora; BOCZKOWSKI, Pablo J. Digitizing the news. Innovation in online newspapers. Cambridge, MA: The MIT Press, 2004.
- CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles. La prensa online, los periódicos en la www. Barcelona: CIMS, 2001.
- CODINA, Lluís. Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación. En: Díaz Noci, J.; Salaverría, R. (coords.). Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel, 2003, p. 141-194.
- CODINA, Lluís. Evaluación de recursos digitales en línea. Conceptos, indicadores y métodos. En: Revista Científica Española de Documentación Científica. 23, 1. Madrid: CSIC, 2000, p. 9-43;
- CODINA, Lluís. Posicionamiento web: conceptos y ciclo de vida. En: Hipertext.net. N.2, 2004. <<http://www.hipertext.net>> [Consulta: 03/11/2005].
- DÍAZ NOCI, Javier; Koldo MESO AYERDI. Medios de comunicación en Internet. Madrid: Anaya Multimedia, 1997.
- DÍAZ NOCI, Javier; LARRAÑAGA ZUBIZARRETA, José; LARRONDO URETA, Ainara; MESO AYERDI, Koldo. El impacto de Internet en los medios de comunicación del País Vasco. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2007.
- DIEZHANDINO NIETO, María Pilar. Periodismo de servicio: la utilidad como complemento informativo en “Time”, “Newsweek” y “U. S. news and world report”, y unos apuntes del caso español. Barcelona: Bosch, 1994.
- LARRONDO, Ainara; SERRANO, Ana (2007). Diseño periodístico en internet. Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- MESO, Koldo. Los diarios electrónicos de provincias. El caso vasco. En: Mediatika, 10. San Sebastián: Sociedad de Estudios Vascos, 2004, p. 135-195.
- MESO, Koldo. De Bilbao al ciberespacio. Evolución de los medios de comunicación bilbaínos en Internet. En: Bidebarrieta. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales de

Bilbao, XVI. Bilbao: Bidebarrieta Kulturgunea; Ayuntamiento de Bilbao, 2005, p. 339-360.

SALAVERRÍA, Ramón, et al. Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y Navarra. En: Comunicación y Sociedad. Vol. XVII, nº 1, 2004, p. 161-189.

WURFF, Richard van der; LAUF, Edmund; O'SULLIVAN, John (eds.). Print and online newspapers in Europe: A comparative content analysis in 18 countries in Western and Eastern Europe. Amsterdam: Het Spinhuis Publishers, 2005.