

Universidad Autónoma de Barcelona  
Departamento de Periodismo  
Máster de Investigación en Comunicación y Periodismo

**Periodismo digital en México:  
Análisis diagnóstico de los principales diarios on-line  
del estado de Coahuila (México)**

Jose Francisco Espinoza Aguilar

Dirección: Santiago Tejedor

Bellatera, Cerdanyola del Vallès

Junio 2015

## **Resumén:**

Con la aparición del Internet y de las nuevas tecnologías de la información, los medios de comunicación están inmersos de un proceso de transformación. Estos cambios afectan en las rutinas productivas relativas a la generación de información y en la forma de difundir los contenidos elaborados.

La transformación de los medios de comunicación convencionales a medios digitales y el surgimiento de nuevos medios de comunicación en la Web 2.0 han llevado a la creación de contenidos que se adaptan a las características que tiene el Internet.

Según Salaverría (2005), las posibilidades expresivas de los contenidos digitales convierten a Internet en un medio multimedia, interactivo e hipertextual.

El presente trabajo de máster tiene como objetivo elaborar un diagnóstico del estado de inclusión de las herramientas de la Web 2.0 en los principales diarios on-line en el estado de Coahuila en México.

Se realizó un análisis de los cibermedios [vanguardia.com.mx](http://vanguardia.com.mx), [milenio.com.mx](http://milenio.com.mx), [periodicolavoz.com](http://periodicolavoz.com), [elfactor.com](http://elfactor.com) y [zocalo.com.mx](http://zocalo.com.mx). Con la incorporación del periodismo a la Web, surgieron nuevos cambios y avances en este Estado de México. El presente trabajo pretende describir las nuevas particularidades con las que cuentan los cibermedios en el estado de Coahuila.

Palabras Claves: Ciberperiodismo, Web 2.0, Web 3.0, hipertexto, multimedialidad, interactividad, periodismo.

## Índice

### 1. Introducción

<b>1.1. Presentación del Trabajo Final de Máster</b>	<b>5</b>
1.1.1. Objeto de estudio	8
1.1.2. Objetivos del trabajo	9
1.1.3. Preguntas e hipótesis de trabajo	10
1.1.3.1 Hipótesis	10
1.1.3.2 Preguntas de investigación	10
1.1.4. Justificación del trabajo	11

### 1.2. Presentación metodológica del Trabajo Final de Máster

1.2.1. Definición del tipo de investigación	13
1.2.2. Diseño metodológico del trabajo	14
1.2.3. Muestra o corpus de investigación	18

### 2. Marco Teórico

<b>2.1. Antecedentes teóricos del tema</b>	<b>21</b>
<b>2.2. Construcción del marco teórico</b>	
2.2.1 Sistemas de comunicación	22
2.2.2 Internet	23
2.2.2.1 Origen de Internet	25
2.2.2.2 Web 2.0	26
2.2.2.3 Web 3.0	28
2.2.3 Periodismo	29
2.2.4 Ciberperiodismo	31
2.2.4.1 Orígenes del Ciberperiodismo	32
2.2.4.2 Ciberperiodismo, una nueva modalidad profesional	34
2.2.4.3 Características del Ciberperiodismo	36
2.2.4.3.1 Hipertextualidad	36
2.2.4.3.2 Multimedialidad	42
2.2.4.3.3 Interactividad	44
2.2.4.4 Desafíos del Ciberperiodismo	49
2.2.5 Evolución del periodismo en México	50
2.2.5.1 El Periodismo en Coahuila	52
2.2.6 El Ciberperiodismo en México	54
2.2.7 Internet en México	55

### 3. Desarrollo de la investigación

<b>3.1 Coahuila</b>	<b>58</b>
<b>3.2 vanguardia.com.mx</b>	<b>61</b>
<b>3.3 Milenio.com/laguna</b>	<b>62</b>
<b>3.4 Periodicolavoz.com.mx</b>	<b>63</b>
<b>3.5 elfactor.com</b>	<b>64</b>
<b>3.6 zocalo.com.mx</b>	<b>65</b>

### 4. Presentación y discusión de los resultados principales

#### 4.1 Vanguardia

4.1.1 Hipertextualidad	67
4.1.2 Multimedialidad	70
4.1.3 Interactividad	70
<b>4.2. Milenio Laguna</b>	
4.2.1 Hipertextualidad	71
4.2.2 Multimedialidad	74
4.2.3 Interactividad	74
<b>4.3. Periódico La Voz</b>	
4.3.1 Hipertextualidad	75
4.3.2 Multimedialidad	77
4.3.3 Interactividad	78
<b>4.4. El factor</b>	
4.4.1 Hipertextualidad	79
4.4.2 Multimedialidad	81
4.4.3 Interactividad	82
<b>4.5 Zócalo Piedras Negras</b>	
4.5.1 Hipertextualidad	82
4.5.2 Multimedialidad	84
4.5.3 Interactividad	85
<b>4.6 Características de Ciberperiodismo en Coahuila</b>	<b>86</b>
4.6.1 Hipertextualidad	86
4.6.2 Multimedialidad	89
4.6.3 Interactividad	90
<b>5. Conclusiones</b>	
<b>5.1. Conclusiones del Trabajo Final de Máster</b>	<b>92</b>
<b>5.2. Futuras preguntas de investigación</b>	<b>95</b>
<b>6. Bibliografía</b>	<b>96</b>

## ANEXOS

## 1. Introducción

### 1.1. Presentación del Trabajo Final de Máster

Con la aparición del Internet y de las nuevas tecnologías de la información, los medios de comunicación están inmersos de un proceso de transformación. Estos cambios afectan en las rutinas productivas relativas a la generación de información y en la forma de difundir los contenidos elaborados.

En este escenario, protagonizado por Internet, los medios de comunicación dejaron de ser medios convencionales para dar paso a un panorama presidido por los medios digitales. Hoy en día las nuevas tecnologías permiten tener acceso a la mayoría de los medios de comunicación a través de la red de redes.

La transformación de los medios de comunicación convencionales a medios digitales y el surgimiento de nuevos medios de comunicación en la Web 2.0 han llevado a la creación de contenidos que se adaptan a las características que tiene el Internet.

Según Salaverría (2005), las posibilidades expresivas de los contenidos digitales convierten a Internet en un medio multimedia, interactivo e hipertextual.

Internet se considera multimedia, porque es el medio con mayor capacidad de almacenar y usar diferentes códigos informativos como audio, , texto, fotografía, videos, gráficos entre otros. La integración y uso de estos elementos da forma a la manera de plantear las historias en la red.

La interactividad en la Red permite al usuario participar en el ciberespacio, da la posibilidad de retroalimentar los contenidos del emisor. Por medio de Internet se puede conversar con dos o más emisores, ya sea por medio de correo electrónico, chat o video llamada, realizar comentarios en las noticias o personalizar los contenidos de una página Web.

El uso hipertextual permite enlazar y profundizar en un tema, y así con la combinación de diferentes nodos se crea una unidad informativa completa, enriquecida por medio de enlaces.

Todos estos cambios conllevan a un nuevo modelo de comunicación, ya no son solo los medios de comunicación los que pueden generar contenidos en el Internet. Los usuarios pasan de ser receptores pasivos a emisores activos. Hoy en día una persona con un móvil puede subir fotografías, videos, hacer comentarios sobre algún tema o noticia en una página Web o en las redes sociales, escribir lo que quiera en un blog, o describir lo que acontece en su entorno.

El periodismo también ha sufrido transformaciones y se ha adaptado a las características del ciberespacio. El periodismo digital, llamado también ciberperiodismo, alude al uso de internet como medio de difusión de información periodística. El ciberperiodismo es una nueva modalidad profesional del periodismo. (Salaverría, 2005).

Quienes ejercen esta profesión se han enfrentado a nuevos retos como la aparición del reportero ciudadano, la saturación de información en la red, el constante proceso de transformación derivados de la tecnología, las nuevas rutinas productivas y la multiplicación de las posibilidades de creación de mensajes.

Con la saturación de información en la red el periodista no solo investiga temas de interés público, sino que debe incluir, excluir y jerarquizar la información y adaptarse a los nuevos formatos y modos de generar y consumir información. Los periodistas necesitan del Internet para el desempeño su profesión; los medios on-line exigen profesionales con competencias y habilidades específicas; las tecnologías de la información están consolidando espacios de comunicación y de difusión de contenidos donde todos pueden participar (Tejedor, 2008).

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación consideró que para finales del 2014 habría cerca de tres mil millones de usuarios de Internet, dos tercios de los cuales serán de países en desarrollo y que el número de abonados a la banda ancha móvil será de 2.300 millones en todo el mundo (UIT, 2014).

Por su parte en México, según un estudio anual realizado por la asociación Nacional de Internet (AMIPCI) titulado “Hábitos de los usuarios de Internet en México 2015” revela

que son 53.9 millones de internautas en el país, que hubo un incremento de 5.3% con relación al año pasado (AMIPCI, 2015).

El Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2013 (MODUTIH) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) , señala que en el estado de Coahuila en México para abril de 2013, se registraron 1.3 millones de personas de 6 años o más, usuarios de los servicios de Internet, representando el 49.1 % de la población total en la entidad (INEGI, 2011).

Este mismo estudio reveló que quienes usan Internet lo hacen mayoritariamente todos los días (50.4%), seguido de una frecuencia semanal (41.9 %); es decir, poco más del 90.0 % utiliza la red mundial por lo menos una vez a la semana (92.3 %). De las principales actividades realizadas en los sitios Web, la más recurrente está vinculada a la comunicación (46.5 %), seguida de la búsqueda de información (45.5 %), apoyo a la educación (38.2 %), entretenimiento (30 %) y acceso a redes sociales (27.9 %).

En el estado de Coahuila, en México cada vez son más las personas que hacen uso de Internet; el avance es significativo al ser casi el 50% de las personas que hacen uso de este medio. Por tal razón es importante que los creadores de contenidos en la Web hagan uso de las características y herramientas que ofrece el ciberespacio para ofrecer espacios de difusión de información de calidad. El presente Trabajo Final de Máster pretende conocer, por medio de un diagnóstico, el uso de las herramientas de las Web 2.0 en los principales cibermedios en el estado de Coahuila.

El periodismo en el estado de Coahuila se ha caracterizado por el desarrollo de la profesión por medio de la práctica y experiencia, la concentración de los medios de comunicación en los principales centros urbanos y el inicio de su modernización en 1992 (Carabaza y Edwald, 1992). Con la incorporación del periodismo a la Web, surgieron nuevos cambios y avances en este Estado de México. El presente trabajo pretende describir las nuevas particularidades con las que cuentan los cibermedios en el estado de Coahuila.

### 1.1.1. Objeto de estudio

El presente Trabajo Final de Máster (TFM) tiene como principal objetivo conocer, por medio de un análisis diagnóstico, el nivel de incorporación de las herramientas de la Web 2.0 de los principales diarios on-line en el estado de Coahuila en México. La investigación se centra especialmente en el uso del hipertexto, la interactividad y el multimedia.

El estudio parte de la ausencia de investigaciones que, desde una aproximación descriptiva y diagnóstica, hayan analizado el conjunto de herramientas, servicios y tipologías de plataformas, recursos y contenidos que utilizan los principales medios periodísticos on-line en el estado mexicano de Coahuila derivados de la Web 2.0 y así conocer las debilidades y fortalezas que actualmente existen en la explotación de estas posibilidades.

### 1.1.2. Objetivos del trabajo

#### **Objetivo General:**

Elaborar un diagnóstico del estado de inclusión de las herramientas de la Web 2.0 en los principales diarios on-line en el estado de Coahuila en México

#### **Objetivos Específicos**

- Detectar el conjunto de herramientas y servicios on-line derivados de la Web 2.0 que incorporan actualmente los cibermedios en el estado de Coahuila en México.
- Analizar la tipología de uso de las principales herramientas y servicios de las Web 2.0 que utilizan los principales cibermedios del estado de Coahuila
- Detectar las fortalezas que desde el punto de vista informativo, pueden derivarse de la utilización de los recursos de la Web 2.0 en los diarios on-line del estado de Coahuila en México
- Conocer debilidades en el uso de las herramientas, plataformas y recursos de la Web 2.0 por parte de los diarios on-line del estado de Coahuila en México.
- Elaborar una propuesta de aplicación de las herramientas, plataformas y recursos de la Web 2.0 para los cibermedios del estado de Coahuila.

### 1.1.3. Preguntas e hipótesis de trabajo

#### 1.1.3.1 Hipótesis

Los cibermedios en el estado de Coahuila (México) no han integrado, a nivel general, el conjunto de potencialidades propias del multimedia, la interactividad y el hipertexto, así como los recursos propios de la Web 2.0 para mejorar y potenciar el diseño, la distribución y la difusión de sus contenidos.

#### 1.1.3.2 Preguntas de investigación

¿Cuál es el conjunto de herramientas y servicios on-line derivados de la Web 2.0 que incorporan actualmente los cibermedios en el estado de Coahuila en México?

¿Cuál es el tipo de uso que los principales cibermedios del estado de Coahuila en México realizan de las herramientas y servicios on-line derivados de la Web 2.0?

¿Cuáles son las fortalezas que desde el punto de vista informativo, se derivan de la utilización de los recursos de la Web 2.0 en los diarios on-line del estado de Coahuila en México?

¿Cuáles son las debilidades en el uso de las herramientas, plataformas y recursos de la Web 2.0 por parte de los diarios on-line del estado de Coahuila en México?

¿Cuáles es la forma adecuada en que se deben de aplicar las herramientas, plataformas y recursos de la Web 2.0 para los cibermedios del estado de Coahuila?

#### 1.1.4. Justificación del trabajo

Con la invención de Internet el ser humano ha tenido cambios importantes en todos los ámbitos de su vida cotidiana como el trabajo, la educación, las relaciones sociales y en los procesos comunicativos. El desarrollo de esta herramienta ha permitido acceder a gran cantidad de información. Con la incorporación de las nuevas tecnologías digitales, los medios de comunicación han transformado sus procesos de producción y difusión de la información. El periodismo ha tenido un panorama marcado por las transformaciones, las oportunidades y los desafíos, la innovación se ha convertido en una de las principales claves para su supervivencia y superación.

Flores y Arruti (2001) señalan que el nuevo contexto de la información se caracteriza por el crecimiento de las conexiones de Internet, en donde los usuarios pueden acceder a la red desde cualquier lugar donde exista conexión; el desarrollo de textos electrónicos; la diversidad de los contenidos, donde además de textos se incluyen fotografías, videos, audios entre otros. Los medios de comunicación iniciaron su adaptación a la Red, con la creación y gestión de los cibermedios.

El desarrollo de la Web 2.0 desde sus inicios se entendió como un sitio para la creación participativa de información, para el trabajo cooperativo, y para la divulgación de todo tipo de contenidos, ya sea textos, imágenes, sonidos y/o videos, lo que permitió a los usuarios pasar a ser emisores de contenidos, superando las barreras del espacio y del tiempo.

Estos aspectos suponen un cambio radical en los procesos de difusión, distribución y acceso a la información. Los medios de comunicación iniciaron la adaptación en la Red, pero los acelerados cambios en el ciberespacio no han permitido asimilar y comprender el nuevo escenario de la comunicación.

Las nuevas herramientas digitales hicieron posible un nuevo escenario para los medios de comunicación y el público; los usuarios tuvieron acceso a más medios informativos, de los cuales pudieron elegir la información que cumpliera con sus expectativas informativas: veraz, objetiva, e inmediata de sucesos locales, nacionales o internacionales.

El ciberperiodismo es una nueva forma profesional del periodismo, Salaverría (2005: 15) se

han cambiado los procedimientos del periodismo como la investigación, la producción y la difusión. Con el uso de las redes interactivas y de documentos digitalizados han cambiado los métodos de investigación y acceso a las fuentes; los procesos y formas de producción de los contenidos periodísticos han evolucionado con la creación de las herramientas digitales y la difusión se ve garantizada con nuevos medios que utilizan las plataformas digitales, específicamente Internet, explotando potenciales que ofrece como la hipertextualidad, la interactividad y la multimedia.

En la actualidad, los procesos de comunicación han cambiado, los periodistas tienen la necesidad de utilizar Internet para el ejercicio de su profesión; los medios on-line demandan expertos con competencias y habilidades específicas; Los espacios de comunicación y de difusión de contenidos son consolidados por las tecnologías de la información (Tejedor, 2008).

El anterior panorama nos permite definir el nuevo escenario de comunicación digital; por medio del presente trabajo de investigación se pretende conocer el estado de inclusión de las herramientas de la Web 2.0 por los diarios on-line más importantes del estado de Coahuila en México. Con el fin de plantear nuevas propuestas de aplicación de las herramientas, plataformas y recursos que ofrece la Web 2.0.

Este trabajo de Fin de Máster pretende ser de utilidad para los profesionales de los medios de comunicación convencionales y on-line, investigadores de ciencias sociales, estudiantes y universidades, gobierno y público en general.

## 1.2. Presentación metodológica del Trabajo Final de Máster

### 1.2.1. Definición del tipo de investigación

De acuerdo con la profundidad de estudio de este Trabajo Final de Máster, el tipo de investigación es exploratoria y descriptiva. Según su carácter la metodología es cuantitativa y cualitativa, por medio de análisis de datos, empleando una ficha descriptiva sobre la estructura de los medios digitales en México, en concreto en el estado de Coahuila.

Este trabajo de investigación comprende una etapa exploratoria que albarca la revisión y análisis documental sobre temas como periodismo, Internet y ciberperiodismo. En este sentido, esta recolección de datos permitió crear el marco teórico. Además, por otro lado, se realizó una exploración de los diferentes diarios on-line que se analizan. El tipo de investigación exploratoria persiguen explorar un fenómeno o aspecto (Del Rio, 2011) para conocerlo y tener información sobre el tema. A partir de los estudios exploratorios se generan las investigaciones descriptivas (De La Brouyere, 2015).

Con la selección de conceptos y variables aplicadas a la muestra, la investigación descriptiva, permite especificar e identificar las características de las páginas de ciberperiodismo en el estado de Coahuila. La investigación descriptiva tiene como objetivo central explicar el comportamiento de una o más variables dependientes en una población definida o en una muestra de una población (Del Rio, 2011).

Para la obtención de los resultados en el diseño de los cibermedios, la investigación se realizó con una metodología mixta (Palacios y Nocí: 2007), con los métodos cuantitativos y cualitativos, por medio de las fichas de análisis, aplicadas en los principales periodísticos on-line del estado de Coahuila, México, se reunieron, seleccionaron y analizaron los datos obtenidos.

### 1.2.2. Diseño metodológico del trabajo

Para lograr los objetivos de este Trabajo de Fin de Máster se elaboraron dos fichas de análisis para la recolección y registro de datos de los cibermedios seleccionados en el estado de Coahuila en México. Una ficha fue para el análisis de la portada, con el fin de conocer su estructura y los elementos que utiliza de la Web 2.0. La otra ficha se aplicó en la unidad informativa, es decir, en las noticias, para identificar la incorporación de los elementos que integran la Web 2.0.

Las fichas de análisis están divididas en tres partes: Hipertextualidad, Multimedia e Interactividad. Cada una de estas partes da respuesta a diferentes variables.

#### Variables para portada

##### Hipertextualidad:

- Estructura: Alude a la manera en que se organizan los diferentes nodos que conforman el cibermedio.
- Procedencia: Se refiere al origen de los diferentes enlaces que contiene un nodo en una página Web. Se analiza hacia donde conduce el hipervínculo, que puede ser externo, fuera del sitio Web; o interno, dentro del mismo cibermedio.

Los internos se dividen: intranodales, son los que dirigen a una parte de mismo nodo; e internodales, conectan con otros nodos.

Los internos también pueden ser seccional, son los que ligan un nodo con una sección, e informativos, trasladan al lector a una nota informativa.

##### Multimedialidad:

- Elementos: se identifica cuales son los elementos que integran la multimedia: texto, imagen, video, sonido, infografía, animación.

- Tipología: Se registra el tipo de multimedialidad que puede ser por yuxtaposición, cuando los elementos multimedia se consumen de manera independiente; o por integración, los integrantes multimedia están articulados coherentemente.

Interactividad:

- Tipología: Se analiza el tipo de interacción, que puede ser básica, cuando el usuario se limita a seleccionar las opciones del menú. O participativa en donde el lector aportar contenidos a la Web.
- Estructura: Se determina la forma en que está organizado el sitio Web para su interacción, que puede ser aleatoria, en donde el usuario desconoce el destino de los enlaces; fijas solo pueden ser modificadas por el autor; relacionales recoge información de los usuarios y contributivas el lector interviene en los contenidos.
- Formas de diálogo: Se identifica la manera en que se realiza la comunicación. Pueden ser simétricas, donde los participantes están en iguales circunstancias para el diálogo; y asimétricas, en donde no hay igualdad en las condiciones.
- Creación de contenidos: Se analiza si la Web dispone de algún espacio para que el usuario comparta información, puede ser texto, imagen o audio.
- Contenidos 2.0: Se estudia si la Web el cibermedio dispone de elementos para la participación del usuario por medio mashups, podcasts, lector RSS, servicios para telefonía móvil.
- Metacontenidos: Se distingue la existen de facilidades para la búsqueda y la recuperación de la información, por medio de etiquetas o tags, folksonomía, marcadores sociales, redes sociales y correo electrónico.
- Participación directa: Se estudia si el usuario puede colaborar por el mismo, algunos espacios on-line tienen la posibilidad de votar, comentar, guardar e imprimir los contenidos.

- Temporalidad: Se analiza el momento en que se lleva la interactividad, puede ser sincrónico, en tiempo real; o asincrónico, no simultaneo.
- Manera de interactuar: puede ser dialógica, por medio del uso del correo electrónico, foros, chats, o SMS, entre otros; o participativa se realiza con sistemas de búsqueda o adaptación de la interfaz de usuario a las necesidades de éste.
- Moderación: En el estudio se determina si se lleva a cabo con la presencia o ausencia de moderador en la interacción.

**Tabla I. Ficha de análisis de portada.**

Hipertexto															
1.- Estructura															
1. Axiales				2.- Reticulares											
1.- Unilineal 2.- M Arbórea 3.- Paralela															
2. Procedencia															
1.- Interno				2.- Externo											
1.- Intranodal		2.- Internodal													
1.- Secciones		2.- Noticias													
Multimedialidad															
3.- Elementos															
1.- Texto	2.- Audio	3.- Video	4.-fotografía	5.- Animación	6.- infografía	7.- Otros:									
4.- Tipología															
1-Yustaposición				2-Integrada											
Interactividad															
5.- Tipo de Interactividad															
1-Básica				2-Participativa											
6.- Estructura															
1-Aleatorias		2-Fijas		3-Relacionales		4-Contributivas									
7.- Formas de Dialogo															
1-Simétrica				2-Asimetrica											
8 Creación de Contenidos															
9 Contenidos 2.0 :															
10 Metacontenidos:															
11 Participación directa:															
12.- Temporalidad															
1-Sincronicidad				2-Asincronicidad											
13.- Manera															
1-Dialógica				2-Personalizada											
1-Correo electrónico 2.- Foro 3.- Chat															
4-SMS 5-otros															
14.- Intervención															
1-Moderada				2-Ausencia de moderación											

Fuente: Elaboración propia.

Variable para analizar los nodos de las unidades informativas.

Para uso de esta investigación se definen los nodos de las unidades informativas como los espacios en donde en el cibermedio presenta las diferentes notas periodísticas. Para realizar el análisis de las unidades informativas además de las variables que se utilizaron en la portada se agregaron dos en el apartado de hipertextualidad.

Hipertextualidad:

- Capas: Se identifican el nivel que utiliza el cibermedio para profundizar en la información, se dividen de primera a quinta capa.
- Categorías: Permite determinada el para qué se profundiza en la información, puede ser documental, ampliación de la información, actualización o definición.

**Tabla II. Ficha de análisis de nodos de unidad informativa.**

Hipertexto																
1.- Estructura																
1.Axiales		2.Reticulares														
1. Unilineal 2. M Arbórea 3.Parela																
2.- capas																
1.Primero	2.Segundo	3.Tercero	4. Cuarto	5.Qinto												
3.- Categoría																
1. Documentales	2. Ampliación informativa	3. Actualización	4. Definición													
4. Procedencia																
1. Interno		2. Externo														
1. Intranodal	2. Internodal															
1. Secciones	2. Noticias															
Multimedialidad																
5.- Elementos																
1. Texto	2. Audio	3. Video	4. fotografía	5. Animación	6. infografia	7. Otros:										
6.- Tipología																
1. Yuxtaposición		2. Integrada														
Interactividad																
7.- Tipo de Interactividad																
1. Básica		2. Participativa														
8.- Estructura																
1. Aleatorias	2. Fijas	3. Relacionales	4. Contributivas													
9.- Formas de Dialogo:																
1.-Simetrica		2.- Asimetrica														
10 Creación de Contenidos																
11 Contenidos 2.0																
12 Metacontenidos																
13 Participación directa																
14.- Temporalidad																

3. Sincronicidad	4. Asincronicidad
15.- Manera	
1. Dialógica	2. Personalizada
1. Correo electrónico 2. Foro 3. Chat 4. SMS 5. Otros	
16.- Intervención	
Moderada	Ausencia de moderación

Fuente: Elaboración propia.

### 1.2.3. Muestra o corpus de investigación

En el estado de Coahuila existen 23 periódicos on-line, los cuales están distribuidos en las regiones Norte, Carbonífera, Centro, Laguna y Sureste que integran el territorio coahuilense. No existe un registro oficial sobre el número de ciberespacios que existen en el estado de Coahuila. Para conformar la lista se utilizaron las páginas Web: prensa escrita, [www.prensaescrita.com/america/coahuila.php](http://www.prensaescrita.com/america/coahuila.php), [www.abyznewslinks.com/mexiccaes.htm](http://www.abyznewslinks.com/mexiccaes.htm), y <http://kiosko.net/mx/geo/Coahuila.html>. En ellas se encuentran los nombres y enlaces de los diarios on-line de todo el mundo.

**Tabla III. Registro de Cibermedios en la Región Sureste, en el estado de Coahuila, México.**

Medio	Dirección	Rankin Nacional	Rankin Internacional
Vanguardia	Vanguardia.com.mx	253	<b>18,020</b>
El Diario de Coahuila	Eldiariodecoahuila.com.mx	2795	<b>120,610</b>
El Heraldo de Saltillo	elheraldodesaltillo.com.mx	Sin datos	Sin datos
Capital Coahuila	<a href="http://www.capitalcoahuila.com.mx">http://www.capitalcoahuila.com.mx</a>	Sin dato	<b>7,633,756</b>
El Pionero	periodicoelpionero.mx	Sin dato	<b>1,567,306</b>
Zócalo	Zocalo.com.mx	367	<b>19,167</b>
El Periódico de Saltillo	<a href="http://www.elperiodicodesaltillo.com">www.elperiodicodesaltillo.com</a>	Sin datos	<b>6,226,114</b>
Espacio 4	<a href="http://www.espacio4.com/home/">http://www.espacio4.com/home/</a>	Sin dato	Sin datos

Fuente del Rankin: alexa.com

**Tabla IV. Registro de Cibermedios en la Región Laguna, en el estado de Coahuila, México.**

Medio	Dirección	Rankin Nacional	Rankin Internacional
Hojas Sueltas	www.hojassueltas.com	Sin datos	<b>11,424,350</b>
La Voz de la Laguna	www.lavozdelalaguna.com.mx	Sin datos	Sin datos
El Siglo de Torreón	www.elsiglodetorreon.com.mx	<b>301</b>	<b>17,283</b>
Extra de la Laguna	www.extra delalaguna.com.mx	Sin datos	<b>10,109,530</b>
Noticias de El Sol de la Laguna	www.oem.com.mx	<b>133</b>	<b>10,099</b>
Milenio Laguna	www.milenio.com/laguna	<b>31</b>	<b>4,263</b>
RazonEs de Ser	http://www.razonesdeser.com	Sin datos	<b>3,262,035</b>

Fuente del Rankin: alexa.com

**Tabla V. Registro de Cibermedios en la Región Centro, en el estado de Coahuila, México.**

Medio	Dirección	Rankin Nacional	Rankin Internacional
VIA 57	www.via57.com.mx	Sin datos	<b>21,054,081</b>
La Voz	http://www.periodicolavoz.com.mx	<b>4,157</b>	<b>265,571</b>
El Tiempo	www.periodicoeltempo.mx	Sin Datos	<b>2,032,082</b>
La Prensa de Monclova	www.laprensademonclova.com	Sin datos	<b>838,801</b>

Fuente del Rankin: alexa.com

**Tabla VI. Registro de Cibermedios en la Región Norte, en el estado de Coahuila, México.**

Medio	Dirección	Rankin Nacional	Rankin Internacional
El Día	www.eldiapn.com.mx	Sin datos	Sin datos
El Latino	www.noticiasellatino.net	Sin datos	<b>22,523,968</b>
Territorio de Coahuila y Texas	http://www.territoriodecoahuilaytexas.com	Sin datos	<b>1,400,299</b>
Zócalo	www.zocalo.com.mx	<b>367</b>	<b>19,167</b>

Fuente del Rankin: alexa.com

**Tabla VII. Registro de Cibermedios en la Región Carbonífera, en el estado de Coahuila, México.**

Medio	Dirección	Rankin Nacional	Rankin Internacional
El Factor	www.elfactor.com	Sin datos	<b>1,601,239</b>

Fuente del Rankin: alexa.com

Para el desarrollo de la investigación se analizaron cinco medios informativos on-line que representaran a cada región. La selección de la muestra se realizó de acuerdo con el ranking presentado en Alexa.com. Se escogió el mejor ranking de cada región.

**Tabla VIII. Muestra de diarios on-line en Coahuila, México.**

Región	Medio	Dirección Web
Sureste	Vanguardia	Vanguardia.mx
Laguna	Milenio Laguna	www.milenio.com/laguna
Centro	La Voz	http://www.periodicolavoz.com.mx/
Carbonífera	El Factor	www.elfactor.com
Norte	Zócalo	www.zocalo.com.mx

Fuente: Elaboración propia

Alexa constituye uno de los sitios donde se concentra la información de referencia sobre el uso de Internet, los datos se recogen a partir del uso de los usuarios del toolbar (un programa que se acopla a los navegadores de Internet Explorer, Firefox y Chrome). De esta forma mientras los usuarios navegan en el ciberespacio la información se registra y se envía a los servidores de las compañías para que luego se puedan consultar en el sitio de Alexa ([www.alexa.com](http://www.alexa.com)), al introducir la dirección de sitio Web que queremos saber el porcentaje de los usuarios que ha accedido a esta página y su posición en el ranking de los sitios más visitados (Corominas, 2011) .

Las fichas de análisis se aplicaron los días 22, 23 y 24 de mayo en los cibermedios seleccionados en la muestra. Se analizaron las portadas de cada medio y las primeras 10 noticias de cada medio, durante los tres días. En el caso de [elfactor.com](http://www.elfactor.com) se encontró con un cambio en su edición en este periodo, durante los tres días se publicó la misma información.

## 2. Marco Teórico

### 2.1. Antecedentes teóricos del tema

Después de realizar una revisión documental de las investigaciones realizadas sobre el estudio del ciberperiodismo en México, se pudo comprobar que existen pocos trabajos desarrollados en esta área. De los estudios encontrados se puede indicar que la investigación del periodismo on-line ha sido abordada desde varias perspectivas, principalmente han sido analizados los que tienen un alcance en todo el país o son considerados nacionales.

Destacan los trabajos de investigación realizados por Crovi, Toussaint y Tovar, para la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) con la publicación del libro *Periodismo Digital en México* (2005), en el cual se realiza un estudio para explorar cómo se estaba produciendo el cambio al incursionar a la Red los medios de comunicación: periódicos, radio y televisión.

Liz Navarro Zamora de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí realiza una serie de estudios sobre ciberperiodismo entre los que sobresalen *El periodismo on-line en México* (Navarro: 2003), *1994-2004 Diez años del periodismo on-line* (Navarro, 2004), y *Orígenes del ciberperiodismo* (Navarro: 2011). En el primero realiza un estudio para conocer las transformaciones del periodismo on-line en México; en el segundo realizan un recorrido sobre la evolución del ciberperiodismo a partir de la creación del periodismo electrónico; en tercero realiza un análisis sobre la convergencia digital, desde la instalación del primer periódico en la red Internet en 1994 hasta 2004, desde la formulación de una nueva retórica, hasta la posibilidad de crear negocios periodísticos en esta red.

Arturo Barrios realizó la tesis doctoral para la Universidad de Santiago de Compostela titulada *El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades* (Barrios, 2013). La investigación realiza una descripción las características de las versiones en on-line de los periódicos impresos mexicanos; con el fin de conocer la operación de estos cibermedios.

## 2.2. Construcción del marco teórico

### 2.2.1 Sistemas de Información

El desarrollo de Internet ha permitido acceder a gran cantidad de información; se ha convertido en un reto que los usuarios puedan acceder y recuperar los contenidos, ante esta condición las empresas de comunicación han incorporado los sistemas de información, los cuales se basan no solo en el tratamiento de los mensajes, sino en la gestión para recuperar sus contenidos.

Flores y Arruti (2001) definen el sistema de información como “un conjunto de procesos que permiten ejecutar una transmisión de información a los usuarios que dependen de ella”. Es decir es la plataforma donde convergen los diferentes recursos tecnológicos y que debidamente manipulados van a optimizar los recursos de una empresa.

En la actualidad el entorno de la información es complicado por el gran número de contenidos, por lo que es necesario contar con potentes instrumentos para la búsqueda, localización y acceso a la información. Según Flores y Arruti (2001), el nuevo contexto de la información se caracteriza por: el crecimiento de las conexiones de Internet, los usuarios pueden acceder a la red desde cualquier lugar donde exista conexión; el desarrollo de textos electrónicos; la diversidad de los contenidos, además de textos se incluyen fotografías, videos, audios entre otros.

La aplicación de los sistemas de información digital en los medios de comunicación con lleva un procedimiento de transformación tecnológica de dichos medios. En el periodismo, los profesionales necesitan del conocimiento gradual de estos sistemas de información, hará que la labor periodística sea más eficiente y de mejor calidad, ya que pasará de un simple transmisor de hechos a convertirse en un gestor de conocimientos (Flores y Arruti, 2001).

Internet se ha desarrollado como una Red de comunicación global y compartir información, ha surgido un lugar para la interacción del hombre con la información hipertextual. Kevin Rodríguez y Rodrigo Ronda (2006) señalan que los sitios Web, como expresión de sistemas de información, integran los siguientes componentes:

- Usuarios.
- Mecanismos de entrada y salida de la información.
- Almacenes de datos, información y conocimiento.
- Mecanismos de recuperación de información.

Actualmente, “los sistemas de información se encuentran al alcance de las grandes masas de usuarios por medio de Internet; así se crean las bases de un nuevo modelo, en el que los usuarios interactúan directamente con los sistemas de información para satisfacer sus necesidades de información” (Rodríguez y Ronda, 2006).

## 2.2.2 Internet

El desarrollo de Internet ha representado una revolución en la informática y en la comunicación; se ha convertido en una plataforma para la divulgación de la información y está presente en la vida moderna de las personas, en actividades cotidianas de los campos económicos, académicos y de ocio. Los medios de comunicación se han ido incorporando al ciberespacio, convirtiéndolo en producto de esta integración.

De acuerdo con la Real Academia Española (2015) es la Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

Por su parte Abel Rodríguez (2007) define Internet como un conjunto de redes interconectadas a escala mundial, con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma.

Para Arruti y Vivar (2001), además de una colección de miles de ordenadores, Internet está constituido como un fenómeno sociocultural por el gran numero de personas que acceden, lo que conlleva a un enorme y continuo intercambio de conocimientos, se ha convertido en una nueva manera de comprender las comunicaciones.

Internet posee muchas características, pero son cuatro las principales que definen a esta gran red (Arruti y Vivar, 2001):

1. Descentralizada. No existe un controlador oficial, sino más bien está controlada por los miles de administradores de pequeñas redes que hay en todo el mundo.
2. Grande. La mayor red de ordenadores del mundo.
3. Cambiante. Se adapta continuamente a las nuevas necesidades y circunstancias.
4. Diversa. Da cabida a todo tipo de equipos, fabricantes, redes, tecnologías, medios físicos de transmisión, usuarios, etc.

El funcionamiento de Internet se basa en tres factores (Rodríguez, 2007):

- Protocolos de comunicación: Ante el crecimiento de Internet y con la idea de crear una red global, se diseñaron un conjunto de normas sobre cómo debe de funcionar el intercambio de datos entre los distintos ordenadores interconectados en todo el mundo. El protocolo que se utiliza es el TCP/IP.
- Dirección IP: A cada ordenador se le asigna una dirección IP exclusiva, la cual se utiliza para comunicarse en la Red.
- Servidores: Son ordenadores que trabajan con el fin de garantizar el funcionamiento en la red, organizan la comunicación entre los equipos y prestan algún servicio al resto de los usuarios en la Red (correo electrónico, transferencia de archivos, de conversaciones, etc.).

El acceso a la Red está condicionada a la existencia de proveedores que ofrezcan el servicio de acceso a Internet, de un software o navegador y por medio de diferentes dispositivos.

Internet es considerado un mundo virtual, no existe físicamente en un lugar determinado, está compuesto por los millones de computadoras que lo usan. Para organizar la información que está disponible en ella, se crearon los territorios virtuales o páginas Web. La localización de estos territorios virtuales se realiza por medio de las direcciones Web o URLs, cada dirección es única.

### 2.2.2.1 Origen de Internet

Existen dos versiones sobre el origen de Internet, la primera plantea el nacimiento de la red de redes en un ambiente de investigación, gracias al esfuerzo personas y organismos independientes, quienes crearon los elementos necesarios de esta forma de comunicación. Otra versión asegura que fue con el fin de estructurar un sistema de comunicación militar estadounidense para sobrevivir a un ataque nuclear por parte de la Unión Soviética en los tiempos de la guerra fría (Barrios, 2013).

Durante la década de los ochenta se integraron a Internet diferentes elementos tecnológicos para la consolidación de la comunicación informativa. En ese tiempo solo los expertos en computación podían manejar eficientemente los espacios en la web. Con la creación del protocolo TCP/IP o “Transmission Control Protocol/ Internet Protocol”, en 1987, permitió que computadoras conectadas al ciberespacio puedan intercambiar información desde cualquier parte del mundo con la misma facilidad que ordenadores conectadas a redes locales en un mismo edificio (Rastrepo, 2008).

Las condiciones cambiaron con la introducción del World Wide Web (WWW), un nuevo sistema para la compartición de archivos vía Internet, sin necesidad de avanzados conocimientos informáticos. Tim Berners Lee creó un sistema de comunicación vía Internet práctico y fácil de usar, tenía como fundamento la utilización de enlaces entre los componentes de cualquier archivo denominados hipertextos.

Con base en el WWW, nacieron los primeros navegadores para la red basados en el sistema de Berners Lee, con capacidad para el procesamiento de imágenes, y que, a diferencia de los que hasta entonces existían, podían operar en distintos sistemas operativos.

Internet se convirtió en el fenómeno de comunicación por excelencia del nuevo siglo tal como lo conocemos hasta la actualidad, incorporando sin descanso avances en sus diferentes campos. La red es uno de los escenarios de desarrollo tecnológico más dinámico y poderoso de los últimos años.

## 2.2.2.2 Web 2.0

Los medios de comunicación iniciaron su adaptación a la Red, con la creación y gestión de los cibermedios. En el año 2004 un nuevo concepto llega al mundo de la comunicación y de todo el ciberespacio. Se trata de la llamada Web 2.0, el concepto es acuñado por Tim O'Reilly. La Web 2.0 cambió las estáticas páginas tradicionales, a páginas en donde la actividad del usuario se transformó en activo. convirtiéndose en gestor de sus propios contenidos.

Ismael Nafria (2007) considera a la Web 2.0 como una nueva manera de brindar servicios en Internet con la suma y combinación de diferentes tecnologías que permiten el uso de la red como una plataforma de aplicaciones, con esta transformación el usuario adquiere el protagonismo, dejó de ser espectador y consumidor para convertirse en creador y generador de contenidos y servicios, es un usuario con participación activa.

La Web 2.0 señala Nafria (2007) es una nueva y mejorada versión de la Web 1.0, se integraron novedades tecnológicas y de uso. Como consecuencia de esta evolución se abren nuevos escenarios, posibilidades, maneras de trabajar, retos, vías de participación, formas de relación, modos de hacer negocio. Esta transformación de la red otorga protagonismo al usuario.

**Tabla IX. Equivalencias entre Web 1.0 y 2.0.**

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
Mp3.com	Napster
Británica On-line	Wikipedia
Páginas Personales	Blogging
evite	Upcoming.org y EVDB
Especulación con nombres de dominio	Seo (optimización de las búsquedas)
Páginas vistas	Coste por clic
Screen Scarping (agregar información de otras Webs)	Servicios Web

Fuente: Nafria (2007)

Los grandes principios de la Web 2.0 se pueden sintetizar en los siguientes puntos (Unesco, 2013):

- El usuario: es el principal protagonista. La Web 2.0 está ideada para que los mismos usuarios tengan el protagonismo y el control.
- Mejorar con el uso diario. Los usuarios son los creadores de ideas de mejora y transformación de las diferentes herramientas de la Web 2.0.
- Software abierto que mejora día a día. La Web 2.0 se reinventa continuamente para obtener el mejor resultado y la mayor eficacia posible.
- Otro tipo de propiedad intelectual de los contenidos.
- No existe la versión final o definitiva. la Web 2.0 es una plataforma en constante y continuado estado de cambio y mejora.
- Busca errores, busca soluciones. Pone a prueba sus servicios y aplicaciones para la detección de errores y problemas.
- Sentimiento de comunidad. Los usuarios intercambian información mediante la resolución de dudas, envío de información, intercambio de noticias, etc.
- La Web social, la Web de la gente. La Web 2.0 da el protagonismo a los usuarios anónimos de todo el mundo.

La Web 2.0 se concibe como un espacio para la generación compartida de conocimientos, para el trabajo cooperativo y para la publicación de todo tipo de contenidos como textos, imágenes, sonidos y vídeos.

Esta evolución ha convertido a los usuarios en emisores de contenidos, cuenta con las herramientas que le permitan difundir contenidos por toda la Red, superando las barreras del espacio y del tiempo. Hay cambio radical en los procesos de difusión, distribución y acceso a la información, al no ser necesario de un conocimiento técnico, el internauta puede crear y difundir información en el mismo nivel que los periodistas y/o medios de

comunicación.

### 2.2.2.3 Web 3.0

El término Web 3.0 apareció por primera vez en el 2006 en un artículo de Jeffrey Zeldman, crítico de la Web 2.0 y asociado a tecnologías como AJAX. Actualmente existe un debate considerable en torno a lo que significa Web 3.0 y cuál es la definición acertada. (Salazar, 2011).

Sus creadores, el Consorcio World Wide Web (W3C), es una comunidad internacional que se dedica a trabajar y desarrollar normas en la Web. Tim Berners-Lee, inventor de la Web, es su fundador y director ejecutivo, tiene como misión guiar a la Web hacia su máxima potencia (Tascón, 2012).

La W3C define la Web 3.0 como una “Web extendida, dotada de mayor significado en la que cualquier usuario en Internet podrá encontrar respuestas a sus preguntas de forma más rápida y sencilla gracias a una información mejor definida sobre lo que busca” (Kuster y Hernández, 2013).

En la Web 3.0 se busca organizar la información de las páginas Web que existen, con el empleo de técnicas de inteligencia artificial mejora los resultados en la búsqueda de contenidos. En esta versión de la Web, los sitios, los vínculos, los medios y las bases de datos, son “más inteligentes” y capaces de trasmitir automáticamente más significados que los actuales (Salazar, 2011).

Javier Salazar (2011) describe a la Web semántica como una de las tecnologías de información y comunicación y define las bondades que promete:

- Organizar la gran cantidad de información suelta, redundante y de calidad dudosa, existente en la Web actual.
- Reducir los costos y los tiempos que invertimos en localizar información útil en la Web, porque actualmente debemos realizar el análisis semántico de la información.

- Establecer las reglas para integrar información con diferentes formatos.
- Resolver los problemas de intercambio de información entre diversos dispositivos y plataformas con los que accedemos a la Web.

Los Santos, Nava y Godoy (2009) señalan que la Web semántica da un significado a su contenido, cuando el buscador trata de localizar la información que el usuario necesita, no se fija en las palabras que contiene, sino en el significado, en lo que el usuario está buscando. El mecanismo con que funciona es a través de ontologías, es decir, esquemas conceptuales definidos para el intercambio de información, para añadir significado semántico a la Web, y por taxonomías, que permite definir objetos y las relaciones que se pueden establecer entre ellos.

Otro de los conceptos asociados a la Web 3.0 son los microformatos, se pretende unificar los formatos en los que se almacena información básica, como los contactos de una persona (microformato hCard), una cita (microformato hCalendar), una opinión (microformato hReview). De esta manera, todos los servicios tendrían las mismas funcionalidades y bastaría con aprender a utilizar uno de ellos.

La Web 3.0 permitirá buscar personas por su nombre o sus intereses y encontrar todas las redes sociales a las que pertenece. También la Web 3.0 ofrece la característica de la movilidad, a la Web se puede acceder dónde y cuándo sea necesario; la personalización, se puede configurar cualquier aplicación según las necesidades de usuario y por último el concepto de Web 3D, que como su nombre indica se refiere a acceder a páginas en tercera dimensión con mayor realismo (Los Santos, Nava y Godoy, 2009).

### 2.2.3 Periodismo

El periodismo se ha definido como la actividad informativa que consiste en la búsqueda de información de temas actuales sobre lo que pasa en el mundo, para la construcción y edición de mensajes para su difusión en los medios de comunicación (López, 2010).

La finalidad del periodismo es la transmisión de información de forma eficaz, para lograrlo se han creado técnicas de redacción y reglas de escrituras, un ejemplo es la pirámide invertida, utilizado principalmente en el género de la noticia, que tiene como característica organizar la información en un orden de interés decreciente, se inicia con un lead o entradilla, en donde se da respuesta a las preguntas básicas de la información: quien, qué, cuándo, dónde y porqué; en los párrafos siguientes se desarrolla la nota periodística utilizando información sobre citas y datos dejando al final lo menos importante (Salaverría, 2005).

El inicio del periodismo fue por medio de la escritura, como el ejercicio de transmitir información conocida por una minoría, solo exhibían bloques de textos organizados en columnas. Con la introducción de la fotografía, la imagen dio valor y credibilidad a la palabra, permitió que el mensaje no solo transmitiera ideas sino sentimientos. La radio acortó los tiempos entre el conocimiento de los hechos y la capacidad de difundirlos a más personas. Por su parte la Televisión aportó la transmisión de imagen, texto y sonido al mismo tiempo en una pantalla. Cada uno de estos soportes ha encontrado en el periodismo su lenguaje, su audiencia y su contenido (Rupérez, 2007).

La evolución de Internet ha planteado nuevos desafíos al periodismo. Del Barrio (2013) manifiesta que existe un paralelismo en el desarrollo de la Web con la inclusión del periodismo a la red. Plantea tres momentos claves: Periodismo 1.0, en donde los contenidos de los medios eran una réplica en Internet. Periodismo 2.0, destaca por la creación de contenidos para el medio digital, al margen del medio impreso, integran herramientas como los RSS y por último el Periodismo 3.0, período llamado periodismo ciudadano.

Kovach y Rosenstiel (2012) señalan que los profesionales de la información han desarrollado una serie de códigos y valores para configurar la actividad informativa, estos principios son los siguientes:

- La verdad; la noticia debe de ser útil y fiable puesto que permite a los ciudadanos informarse y reflexionar de lo que sucede en el mundo.

- El periodismo debe lealtad ante los ciudadanos; es la fuente de credibilidad y el mayor activo de un medio de comunicación. Los profesionales de la información tienen una obligación social, que a veces se antepone a otros intereses.
- La esencia del periodismo es la verificación; el periodismo se centra en el relato fidedigno de los hechos. Deben de aplicar métodos de verificación sistemáticos y transparentes.
- Los periodistas deben de mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informan; no se puede informar una noticia al tiempo que se forma parte de ella.
- Los periodistas deben de ejercer un control independiente del poder; para dar a conocer las consecuencias de las acciones del poder y lograr que sean comprensibles.
- El periodismo debe proporcionar un foro público para la crítica y el comentario, en el que se integre a todos los grupos de la sociedad y no solo a los influyentes.
- Los periodistas deben esforzarse para que el significante sea sugerente y relevante; El periodismo es una narración que proporciona información al ciudadano, debe de ser precisa, relevante y atractiva.
- La información debe de ser exhaustiva y proporcionada; el periodismo debe de cubrir los sectores demográficos y temas que puedan considerarse poco interesantes o complicados de tratar.
- El periodista tiene una obligación con su conciencia personal; debe de tener un sentido personal de la ética y la responsabilidad.

#### 2.2.4 Ciberperiodismo

A la actividad periodística en Internet se le ha llamado de diferentes maneras, por citar

algunos ejemplos: periodismo electrónico, periodismo digital, periodismo en red, periodismo multimedia o periodismo en línea. El término ciberperiodismo es el más pertinente de todos por razones de precisión, concisión y respeto a la lengua española.

Ramón Salaverría (2005:21) define el ciberperiodismo como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

#### 2.2.4.1 Orígenes del Ciberperiodismo

Los primeros pasos del Ciberperiodismo inician en el año 1979 con el primer periódico del mundo con soporte electrónico, fue el Viewtel 202, el cual era un servicio complementario del Birmingham Post and mail. Las páginas se transmitían por el teletexto, en los televisores de los abonados.

En 1993 los diarios *Mercury Century*, *The Chicago Tribune* y *The Atlanta Constitution* difundían información por Internet, solo texto sin imágenes. *El Daily Telegraph*, un rotativo británico, en 1994 se convirtió en el primero en ofrecer la edición digital de su periódico *Electronic Telegraph*. Ese mismo año en Estados Unidos el *San José Mercury News* fue el primer diario en ofrecer el servicio, en un principio tenía un costo de cinco dólares por mes y después fue gratuito (Flores y Aguado, 2005:19,20).

El ciberperiodismo surge con la modernización y los avances tecnológicos en la década de los ochenta y noventa. En esta época se desarrollaron una serie de nuevas herramientas digitales que hicieron posible un nuevo escenario para los medios de comunicación y el público, en donde los usuarios tuvieron acceso a más medios informativos, de los cuales pudieron elegir la información que cumpliera con sus expectativas de información: veraz, objetiva, e inmediatez de sucesos locales, nacionales o internacionales.

Lizy Navarro (2011) señala que el ciberperiodismo tuvo su origen en el periodismo electrónico, con el desarrollo de herramientas digitales: teletexto, videotexto, periódico por fax, Audiotex, contenidos en disquetes y CD-ROOM.

## Teletexto y videotex

El videotex y el teletexto no fueron una simple versión electrónica del periódico impreso, la información y contenidos se adaptaron al soporte. Este formato resultó poco interactivo: la cantidad de noticias y servicios es mínima; el receptor sólo puede escoger la página, sin diseñar su propia ruta de consulta; el acceso a las informaciones es poco novedoso y rudimentario; los textos suelen ser muy breves, mucho más que los que aparecen en el periódico convencional y su lectura es difícil.

**Figura 1. Menú principal del teletexto de la señal de Televisión Española.**



Fuente: TVE.

## Audiotex

Se consideró como un medio para atender las necesidades mediáticas de usuarios discapacitados (invidentes): utilizó las redes telefónicas para transmitir informaciones y servicios, requiriendo una o dos computadoras (con discos duros de capacidad suficiente) para administrar simultáneamente un centenar de llamadas. Asimismo, requería un aparato grabador y reproductor que permitía al medio registrar sus propios mensajes.

## Periódicos por fax

La mayoría de los periódicos por fax eran una versión resumida y personalizada a las exigencias del cliente. Aunque la transmisión era relativamente rápida, el texto era muy breve: se recortaban las noticias, se reorganizaba el número de columnas, se reducía la

longitud de las informaciones y el número de gráficos. Aun cuando la velocidad de transmisión era aceptable, no era práctico copiar todas las páginas del periódico original. Las empresas que ofrecían este servicio utilizaban una computadora, un programa de autoedición y un fax con números memorizados que enviaba automáticamente el producto a los clientes.

### **Periódicos en disquetes**

Bajo este formato en 1994 se editó una revista cultural catalana titulada 1991. Constaba de páginas de texto compatibles con la Apple Macintosh. Más tarde circuló una revista en disquetes dirigida a especialistas en informática. Se publicó en Mallorca, bajo el nombre de *VB Magazine*.

### **Periódicos en CD-ROM**

Con una capacidad 400 veces mayor que el disquete, los diarios utilizaron este formato como medio para la distribución de repertorios hemerográficos y de reportajes multimedia, además se realizaron revistas en CD-ROM. Estas publicaciones contaban con un menú principal y enlaces hipertextuales, a través de estos se accedía a los textos e imágenes. Este CD-ROM fue el primero en ofrecer una lectura no secuencial, similar a los actuales periódicos on-line.

Para 1996, ya existían 1500 diarios y revistas disponibles en línea. De esa cantidad, 765 eran estadounidenses (The Washington Post, Los Angeles Times, Newsday, USA Today, The Kansas City Star, The Chronicle, The Examiner, entre otros), 123 canadienses y 300 europeos. En agosto del 2001 circulaban 8783 versiones digitales en la red. La mayoría de los diarios impresos cuentan con sus respectivas ediciones en la *Web*. Esto no significa necesariamente que sea un “cibermedio”, sino la exhibición de un *Home page* o un vertido lineal del contenido ya impreso. (Navarro, 2011)

#### **2.2.4.2 Ciberperiodismo, una nueva modalidad profesional**

Con la invención de Internet, el ser humano ha tenido cambios importantes en todos los

ámbitos de su vida cotidiana como el trabajo, la educación, las relaciones sociales y en los procesos comunicativos. Los medios de comunicación iniciaron la adaptación en la Red, pero los acelerados cambios en el ciberespacio no han permitido asimilar y comprender el nuevo escenario de la comunicación. Las tecnologías de la información y la Web 2.0 dan solidez a nuevos espacios de comunicación donde los usuarios tienen una participación activa.

Con Internet se han ampliado los canales de difusión y ha permitido democratizar la información. Es decir, la información ya no solo es transmitida por fuentes tradicionales o los medios de comunicación, sino que los ciudadanos pueden generar información, además de ampliarla, discutir u opinar sobre lo que publican los medios y otros usuarios. Estas nuevas prácticas han incrementado la información disponible en Internet sobre algún suceso; pero no siempre es verificada o contrastada.

El surgimiento del ciberperiodismo conllevó a un cambio en las prácticas del periodismo, desarrollándose nuevas rutinas de trabajo. Las transformaciones se han dado en todas las áreas: desde la recopilación de la información, hasta la distribución final del producto a las audiencias, pasando por supuesto por los procesos de producción (Díaz Noci y Salaverría, 2003:15).

El ciberperiodismo es una nueva modalidad profesional del periodismo, Salaverría (2005: 15) porque modifica los procesos en los que se basa el periodismo: la investigación, la producción y la difusión. Con el uso de las redes interactivas y de documentos digitalizados han cambiado los métodos de investigación y acceso a las fuentes; los procesos y formas de producción de los contenidos periodísticos han cambiado con la creación de las herramientas digitales; la difusión se ve avalada con nuevos medios que emplean las plataformas digitales, específicamente Internet, aprovechando las posibilidades que ofrece como la hipertextualidad, la interactividad y la multimedia.

La creación de los periódicos en línea, fue gracias a una serie de claves que llevaron a este proceso, Palomo (2004:19-20), enumera entre ellas a:

- La creación de la World Wide Web (WWW) cambió los números en las empresas

periodísticos, al eliminar gastos como el papel, la tinta, la distribución y entre otros.

- El aumento de la velocidad de transmisión de la información, se potencia la interacción con los lectores, además permite ampliar la información.
- El nuevo medio es híbrido, pues combina características del diario impreso con lo digital, integra los elementos de multimedia, además surge el nacimiento de cabeceras existentes solo en línea.
- Los emisores y los receptores con Internet tienen posibilidades de elegir los contenidos y las audiencias no están acotadas por las áreas geográficas.
- El abaratamiento de la actividad permite actualizar la información de forma constante, además de que permite la creación de contenidos para grupos determinados, logrando la fidelización hacia el medio.
- El entorno no es desconocido, con la introducción del ordenador a las áreas de prensa, no le es extraño al periodista la utilización del equipo.

#### 2.2.4.3 Características del ciberperiodismo

El ciberperiodismo tiene características esenciales que deben de ser tomadas en cuenta al momento de publicar en el ciberespacio. Salaverría (2005) plantea tres características del lenguaje ciberperiodístico: La hipertextualidad, la multimedialidad e interactividad.

La utilización simultánea de estas características en un cibermedio ofrece al usuario la capacidad de personalizar los contenidos navegando de nodo en nodo de información. La posibilidad de una lectura personal y de reconfigurar las interfaces de acceso a la información transforman las narraciones hipermediáticas siempre y cuando sean desarrolladas de acuerdo con determinadas reglas.

##### 2.2.4.3.1 Hipertextualidad

La hipertextualidad la define Salaverría (2005) como la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí. Los ciberperiodistas deben componer los textos informativos

mediante los procedimientos hipertextuales.

La hipertextualidad es la característica más influyente en la narración ciberperiodística, permite al usuario profundizar y elegir los trayectos de lectura a través de los hipervínculos. Las unidades de información o los elementos que comprenden un hipertexto se le llama nodo. Representan así toda parte informativa susceptible de ser asociada mediante un enlace o vínculo, elemento interactivo cuya activación por parte del usuario provoca la inmediata recuperación de la información (Díaz, Catenazzi y Aedo, 1996).

El hipertexto es un conjunto de nodos de información vinculados entre sí, el usuario puede consumirlos de manera absoluta o parcial, en un orden predeterminado o libre, además pueden disponer de un único nivel superficial o de varios niveles de profundidad. Esta estructura hipertextual requiere de una planificación para la estratificación de los nodos y para organizar los flujos entre los nodos al momento de hacer uso el lector.

Las estructuras hipertextuales que se utilizan en los cibermedios permiten exponer datos o narrar relatos, se dividen en dos grandes familias: las axiales y las reticulares. Las axiales llamadas también lineales organizan el texto en torno a un eje central, el lector encuentra un camino marcado (Salaverría, 2005).

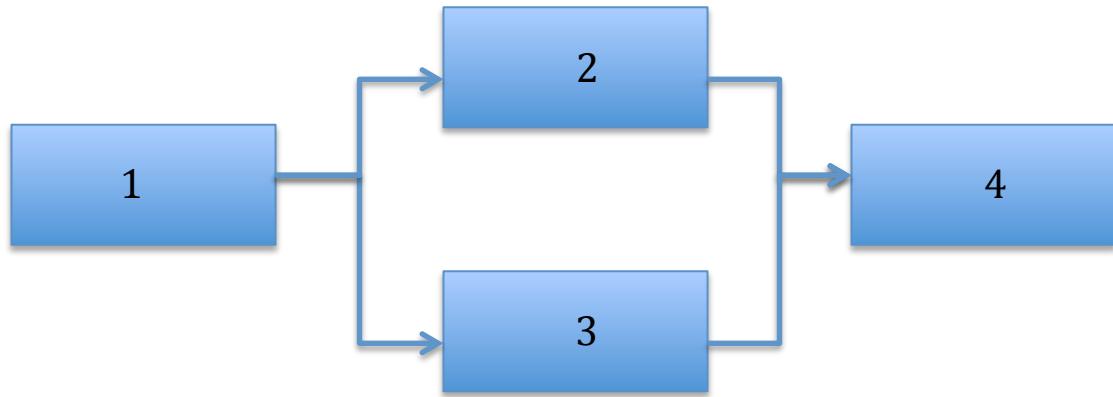
Las estructuras hipertextuales axiales, llamadas también como lineales, son aquellas que organizan el discurso en torno a un eje central. Se traza un itinerario narrativo, expositivo o argumentativo. El lector encuentra el camino claramente marcado. Cuando el eje central es único responde a una estructura axial unilineal de carácter consecutivo. Cuando el eje central presenta líneas de flujo paralelas, se refiere a una estructura axiales multilineal. Estas últimas a su vez se dividen en Arbórea y paralela (Salaverría, 2005).

**Figura 2. Estructura Unilineal.**



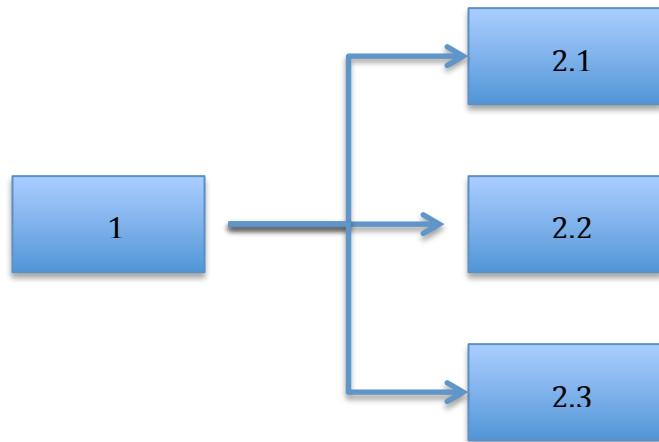
Fuente: Salaverría (2005)

**Figura 3. Estructura Multilineal.**



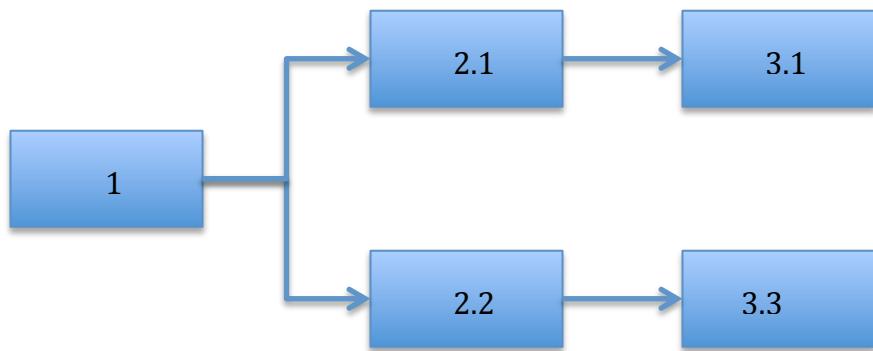
Fuente: Salaverría (2005)

**Figura 4. Estructura Arbórea.**



Fuente: Salaverría (2005)

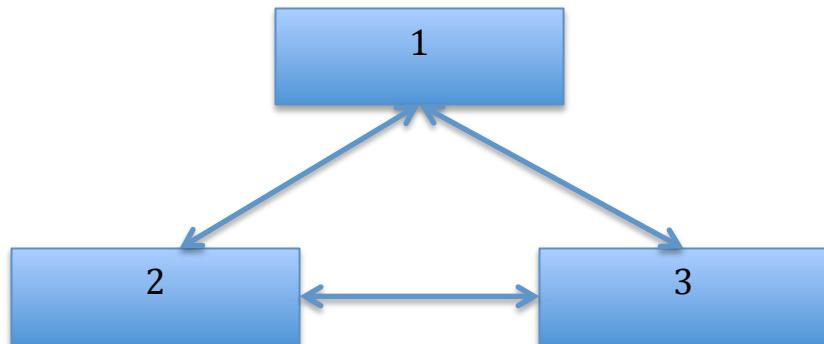
**Figura 5. Estructura paralela.**



Fuente: Salaverría (2005)

Las estructuras hipertextuales reticulares se asemejan a una red que está entrelazada por un número indeterminado de enlaces. Para su formación es necesario de al menos tres nodos. Los contenidos periodísticos que encajan en esta estructura son los expositivos: datos, cifras, declaraciones y similares. El lector puede limitarse a leer parte de estos contenidos y en un orden libre.

**Figura 6. Estructuras Reticulares.**



Fuente: Salaverría (2005)

La definición de la estructura hipertextual que tendrán los sitios ciberperiodísticos y los hiperdocumentos que contendrán, dan lugar a que existan diversos niveles de absorción de la información por parte del lector; a esos niveles se les ha denominado genéricamente como capas, las que paulatinamente va develando el internauta al momento de elegir un determinado enlace (Barrios, 2013).

Salaverría (2005:115-119) describe una clasificación de las capas en un sitio de noticias de acuerdo con su riqueza hipertextual:

- Primer nivel: flashes informativos. Corresponden a aquellos textos sin enlace a otras noticias, son noticias hipertextuales básicas compuestas de un solo nodo.
- Segundo nivel, noticias simples. Están compuestas por dos nodos hipertextuales, en el primero se realiza un avance de la noticia y el segundo el desarrollo completo. El primer nodo presenta el titular de la información y un párrafo o gancho informativos. El segundo se desarrolla por completo la noticia, el que debe iniciar por el titular original y el párrafo ya presentado, a fin de mantener la relación con el nodo inicial.
- Tercer nivel: noticias con documentación. Se utilizan enlaces para contextualizar y ampliar los datos de las noticias principales, provienen del archivo del mismo medio o de referencias externas. Estos enlaces pueden conducir a contenidos textuales o multimedia. Constituye una buena medida para añadir credibilidad a la información.
- Cuarto nivel, noticias con análisis. En este punto se incluyen textos de análisis elaborados por algún experto sobre el tema tratado. Se presentan en forma de columnas, críticas o artículos editoriales.
- Quinto nivel: noticias con comentarios. Esta capa corresponde a la inclusión de opiniones de los lectores, se adjunta un buzón de comentarios para que el lector exprese sus comentarios, puede ser utilizado para enriquecer la información.

Claudia Favaretto (2013) en su tesis doctoral *la evolución de los ciberdiarios deportivos en el escenario de la Web 2.0*, señala que con la llegada del formato digital, el discurso periodístico presentaba una escritura y una lectura secuencial. Con el hipertexto surge una

primera narración en la que el usuario puede profundizar y elegir los trayectos de lectura, creando la oportunidad de personalización del relato.

Los hipervínculos generalmente se presentan con un tipo de letra distinto, con otro color o subrayados. Se tratan de enlaces que llevan a otra información sobre el tema, a una información en otro soporte, a otras noticias, a otros medios y a otras páginas Web. La información está organizada en capas de profundidad que van añadiendo más información y documentación sobre el tema propuesto, llegando hasta donde el autor ha dispuesto y el lector acepta profundizar. Sin embargo, la libertad de profundizar la información puede dificultar la toma de decisiones de por dónde caminar y hacia dónde ir. Para evitar tales molestias los medios disponen de recursos con los que establecer itinerarios posibles y proporcionar indicaciones sobre acciones que el internauta puede realizar en torno al discurso, como ver imágenes, escuchar declaraciones o conocer el relato en gráfico (Favaretto, 2013).

Salaverría (2005:123) plantea que los enlaces tienen dos funciones, una documental y otra narrativa. La primera es la que permite ahondar en la información que se ofrece, mientras que la segunda tiene la tarea de crear itinerarios de lectura, ello de acuerdo con la posición en que hayan sido colocados esos enlaces.

Por otro lado, este mismo autor clasifica a los enlaces ciberperiodísticos en cuatro categorías:

1. Documentales. Son los que guían al lector de una determinada pieza periodística hacia información de contexto de la misma, la que puede ser de archivo.
2. De ampliación informativa. Éstos enlazan con datos relacionados, igualmente recientes a la información principal; a diferencia de los documentales, no conectan a archivos previos sino a por ejemplo, reacciones a la noticia que se está presentando.
3. De actualización. Se utilizan para incluir detalles de última hora, o para enriquecer reportajes u otros textos que permanecen por un periodo largo en el sitio y que por alguna razón tienen datos que permiten actualizar su condición.
4. De definición. Sirven para explicar datos poco conocidos por los lectores, acerca de personas o instituciones; en ocasiones remiten a las propias páginas de esas personas o instituciones a las que se hace referencia (Salaverría, 2005:124).

Los enlaces que se utilizan dirigen al lector para ampliar la información, se pueden emplear enlaces que permitan navegar dentro del mismo cibermedio o enlaces que conducen al usuario hacia sitios ajenos a la Web. Hay que distinguir dos tipos de enlaces: los internos y los externos.

Se entiende por enlaces internos aquellos que se emplean para conectar nodos dentro del mismo cibermedio. Se subdividen en: Enlaces intranodales, conducen al lector desde un punto del nodo hacia otro punto del mismo nodo. Y en enlaces internodales, envían al lector a otro nodo dentro del mismo cibermedio. Los enlaces internos pueden cumplir dos funciones complementarias, permitir la navegación entre las diferentes secciones o la navegación entre las noticias incluidas en cada sección.

Por su parte los enlaces externos envían al lector a un nodo fuera del cibermedio, se utilizan como herramienta documental, para ampliar o comprobar la información.

El uso de los títulos en las notas informativas tiene una función hipertextual en los cibermedios, sirven de elemento clave para la navegación, en ellos se coloca el enlace hacia el nodo que contiene el texto de la información. Los titulares además de su función hipertextual tienen otras funciones; son recursos que permiten individualizar un texto de otro, sintetizan el contenido del texto periodístico, además de suscitar el interés del lector (Salaverría, 2005).

#### 2.2.4.3.2 Multimedialidad

La multimedia está presente en la cultura de los hábitos de consumo de la información. Los cibermedios y las páginas Web tienen la capacidad de ofrecer la información por medio de texto e imágenes, a diferencia de la prensa en papel, en el ciberperiodismo se añaden dos recursos: la imagen en movimiento y el sonido (Cabrerá, 2000).

La publicación de información con recursos multimedia tiene repercusiones en el discurso del cibermedio, permite ampliar la información. Las tecnologías digitales han impulsado cambios en la profesión periodística, los medios han dejado ser unimedios, para convertirse

en multimedios y en hipermedios en donde mezclan formulas narrativas de prensa, radio y televisión (Álvarez y Parra, 2004).

La multimedia es una característica esencial de la comunicación en el ciberespacio; utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y textos en la transmisión de textos. La multimedia al incorporar un soporte digital y ser controlado por un ordenador se le denomina multimedialidad. Salaverría (2005) define la multimedialidad como la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido.

Con la llegada del ciberperiodismo, la producción de contenidos periodísticos ha cambiado, ya no es solo realizar la redacción por medio de la escritura de los productos informativos, es necesario de una composición multimedia, en que se articule el lenguaje escrito con el audiovisual (Salaverría, 2005).

Considerada por Palacios y Díaz (2007) como una característica inherente de ciberperiodismo, la multimedialidad consiste en combinar los diferentes códigos de comunicación, texto, imagen o sonido, en un discurso informativo, estos elementos pueden combinarse de las siguientes formas:

- Por yuxtaposición. Es aquella que presenta los elementos multimedia de manera disgregada. Se colocan enlaces para que el usuario realice la reproducción multimedia, el consumo de los elementos que conforman la multimedia es de forma independiente.
- Por integración. Es la que articula contenidos textuales, icónicos y/o sonoros en un discurso único y coherente, es parte integral del mensaje. Es uno de los grandes retos del ciberperiodismo, conseguir la unidad comunicativa que contengan texto, imagen y sonido.

#### 2.2.4.3.3 Interactividad

Para muchos Internet es un medio de comunicación, Mariano Cebrián (2010), aclara que Internet no es un medio, sino una plataforma de medios y servicios tradicionales y nuevos, que introduce cambios en los procesos y modelos comunicativos al permitir intercambiar los papeles de los usuarios para crear un diálogo entre los entre los involucrados como parte de un proceso de interactividad.

Con la interactividad se rompen los modelos tradicionales de comunicación lineal para establecer modelos de diálogos reales, se trata de una actividad física, expresiva e intelectual de los usuarios por medio de dispositivos para recibir y producir mensajes (Cebrián, 2010).

La interactividad, (Salaverría, 2005: 34) es la posibilidad de que el usuario interaccione con la información que le presenta el cibermedio. El grado de interactividad puede medirse por las posibilidades que tiene el usuario de hacer cambios.

Los autores Carlos Toural Bran, Moisés Limia Fernández, Xosé López García (2013) citan a Alejandro Rost como el responsable de una clasificación de la interactividad, Rost distingue entre la interactividad selectiva, que corresponde a la relación entre el usuario y los contenidos, y la interactividad comunicativa que se establece entre individuos. Identifica cuatro etapas en la incorporación de las opciones de interactividad comunicativa en los medios:

1. Etapa de presencia corporativa, se desarrolla entre los años 1994 a 1999, en esta etapa los medios disponen de pocas herramientas para la participación.
2. Participación marginal, comprende el periodo de 1999 a 2006, en esta etapa se consolidan las encuestas y los foros, la participación se limita a esa forma de interactividad.
3. Participación asincrónica, en espacios compartidos, entre los años de 2006 a2009, la interactividad se encamina a la participación de los usuarios, se incorporan los Weblogs, los comentarios dentro de cada noticia y los sitios de periodismo ciudadano.
4. Participación sincrónica, codo a codo, a partir del 2009, los periódicos incorporar las

redes sociales, principalmente Facebook y Twitter en sus interfaces.

El ser interactivo forma parte del ser usuario de Internet, con el hecho de seleccionar unas de las opciones del menú en la Web ya se está interactuando. A este tipo de interacción se le conoce como básica, son acciones que requieren la mínima acción por parte del usuario. Existe otro tipo de interacción, que tiene como objetivo establecer un código de comunicación complejo con el usuario a este tipo de interactividad se le llama compleja o de participación. Con este tipo de interactividad el usuario no se limita a pinchar un hipervínculo, sino que tiene que aportar contenido a la Web (Pereira, 2006).

La interactividad se puede clasificar de acuerdo con su capacidad de manipulación que adquiere el usuario sobre el objeto u otros usuarios. Existen cuatro grados de interactividad (Salaverría, 2005) :

- De Transmisión: Es la interacción más básica, permite dos opciones activar o cancelar una emisión.
- De Consulta: Además de activar o cancelar una emisión puede elegir una opción entre un menú de posibilidades.
- Conversacional: El usuario además de ser receptor puede convertirse en emisor de mensajes para otros destinatarios. (ejemplo Correos electrónicos, áreas de charlas o foros).
- De Registro: Este nivel se alcanza cuando un medio es capaz de registrar información de los usuarios y adaptar, según las preferencias del lector, su formato y contenido. Es también conocido como personalizado.

Existen varias maneras de aplicar la interactividad en el ciberperiodismo, según Palacios y Díaz (2007) pueden ser de acuerdo al tipo de interactividad:

- Inclusiva, se realiza en el periodismo de código abierto, en donde se permite al usuario intervenir en los contenidos.
- Autoral, se permiten la participación de los usuarios pero no intervienen en la formación de la información noticiosa.

Según su estructura se puede clasificar en:

- Aleatorias: En este tipo de estructura el usuario no sabe el destino al que le conducen los enlaces, se agregan elementos lúdicos y de sorpresa.
- Fijas: En este caso, las estructuras solo son modificables por el autor.
- Relacionales: En este tipo de estructura recogen información de los usuarios, para organizar los contenidos que se muestran.
- Contributivas: Con estas estructuras el usuario interviene en los contenidos del cibermedio.

La interactividad ha ido adoptando diversas formas de diálogos, las cuales pueden ser o no moderadas; las formas de comunicación pueden ser:

- Simétrica, comunicación uno a uno o muchos a muchos que se encuentran en igualdad de circunstancias.
- Asimétricas, entre un solo interlocutor de un lado y múltiples usuarios. Los participantes no están en el mismo nivel de interacción.

Por su temporalidad la interacción puede ser

- Sincronicidad, es la interacción que tiene el usuario con el cibermedio en tiempo real, se lleva a cabo al momento.
- Asincronicidad, no simultaneo o no coincidente al momento que el usuario realiza la interacción con el cibermedio.

La manera de llevar a cabo la interactividad en un cibermedio por su técnica puede ser:

- Dialógica: es la interacción directa entre los participantes del cibermedio a través del uso de correo electrónico, foro, chat, SMS, entre otros
- Personalizada: la interacción se realiza con sistemas de búsqueda o adaptación de la interfaz de usuario a las necesidades de este.

Por la intervención del medio puede ser:

- Con Moderación, la administración del cibermedio dispone de una persona o un

grupo de personas para que lleven las intervenciones de los usuarios con cordura y sensatez, además de evitar contenidos erróneos y fuera del tema.

- Ausencia de moderación, el cibermedio no dispone de la figura de moderador para llevar a cabo la participación de los usuarios.

Claudia Favaretto (2013) incorpora en el análisis de la interactividad de los cibermedios las herramientas dialógicas, las plataformas de creación y gestión de contenidos, los contenidos 2.0, los metacontenidos y la participación directa de los usuarios.

La aplicación de las herramientas dialógicas señala Favaretto (2013) dan a los usuarios mayor poder de actuación, al tener la oportunidad de colaborar y enviar sus comentarios al autor de los mensajes a través de fotos, chat y encuestas.

Con las plataformas de creación y gestión de contenidos, propone Favaretto (2013), el usuario adquiere un papel protagonista al poder crear y colaborar en la transmisión de mensajes de todos los campos y ámbitos posibles. La Web 2.0 permite la creación de Weblog, photoblogs, los audioblogs, los videoblog y la wiki.

El usuario puede desarrollar actividades mediáticas propias de la dinámica periodística, interactuando entre sí y con el medio, ejerciendo la posibilidad real de buscar, elegir y generar información, desecharla, transformarla y contrastarla. (Favarretto, 2013). La Web contiene herramientas que promueven la participación del usuario, es llamada contenido 2.0, entre ellas destacan :

- Mashups: Hace alusión a los nuevos productos ciberperiodísticos que nacen del ensamblaje de diferentes utilidades, plataformas y recursos de la Web 2.0, articulan en un solo producto diferentes servicios de la Red (Tejedor, 2008).
- Podcasts: Es la transmisión de una grabación de sonido a demanda por Internet, suelen ser grabaciones que se escucharon en directo, permite a los usuarios descargar y escucharlas en un ordenador o un dispositivo móvil (Tascón, 2012).
- Lectores RSS: Es un sistema que recopila las publicaciones recientes de Webs o blogs, con el fin de tener las últimas novedades en una sola ventana. Se le denomina agregador o lector de noticias (Tascón, 2012).

- Servicios para Telefonía móvil: A través del móvil tiene la posibilidad de recibir alertas y usar el recurso de geolocalización (Favarretto, 2013).

Los metacontenidos son todos aquellos datos comprensibles por el ordenador, estructurados de tal forma que pueden ser utilizados para localizar, identificar y describir el contenido de un espacio Web, permite la búsqueda y recuperación de información en la Red (Chain y Más, 2007).

- Etiquetas o tags : Se utilizan para identificar a una persona en una fotografía o en un texto, también se emplea para registrar un tema y así facilita la búsqueda temática dentro de un sistema (Tascón, 2012).
- Folksonomía: Es un sistema de clasificación donde el usuario se encarga del etiquetado de la información, describe el contenido y juntos al resto de los usuarios propone formas de búsqueda (Tascón, 2012).
- Marcadores sociales: Permiten a los usuarios seleccionar, gestionar, clasificar y compartir sus páginas favoritas y el vínculo con cuatro o más redes sociales (Favarretto, 2013).
- Redes sociales: Hace referencia a los distintos servicios existentes en Internet para facilitar la comunicación entre personas, comparten algo en común, personal o profesional (Tascón, 2012). El uso de los sitios de redes sociales a partir de redes externas ya existentes o a través de espacios comunitarios en la propia sede Web (Favarretto, 2013).
- Correo electrónico: Al igual que en las redes sociales, el uso del correo electrónico permite compartir la información con otros usuarios.

Con las herramientas 2.0, el usuario tiene una participación directa, tiene la posibilidad de votar, comentar, guardar e imprimir los contenidos. Algunos diarios cuentan con la opción de enviar una corrección en caso de que el lector identifique algún error en la noticia (Favarretto, 2013).

#### 2.2.4.4 Desafíos del ciberperiodismo

Los procesos de comunicación han cambiado, en la actualidad los periodistas necesitan del Internet para el desempeño su profesión; los medios online exigen profesionales con competencias y habilidades específicas; las tecnologías de la información están consolidando espacios de comunicación y de difusión de contenidos donde todos pueden participar (Tejedor, 2008).

De las transformaciones en Internet y del periodismo, surgen algunos desafíos del ciberperiodismo, Santiago Tejedor (2008) los enumera:

1. El periodismo on-line está en constante transformación derivado del componente tecnológico.
2. Las nuevas rutinas productivas generadas por la incorporación de la hipertextualidad, la inmediatez, la interactividad, entre otras características.
3. La redacción ciberperiodística, con la multiplicación de las posibilidades de creación de mensajes exige una cambio en las redacciones del periodismo. La elaboración de los mensajes periodísticos están constituidos con la integración de los elementos multimedia.
4. El prestigio y credibilidad, la red de redes se consolida como un espacio donde las virtudes se tornan defectos y viceversa.
5. Nuevos productos periodísticos on-line, es fundamental generar productos que exploten las posibilidades del nuevo medio con personalidad propia.
6. El ciberperiodismo podrá gozar de una mayor posición y de un mayor desarrollo desde el momento en que disponga de un modelo de negocio rentable.
7. El profesional de los cibermedios, los ciberperiodistas, poseen de conocimientos y mayor destreza en variedad, profundidad y enfoque.
8. Un nuevo perfil de usuario derivado de la revolución de la Web 2.0 viene a

consolidar la tendencia de los cibermedios hacia espacios más abiertos, horizontales e interactivos.

9. La infinidad de posibilidades que introduce la red constituye también la aparición de un sin número de interrogantes legales.

10) La universidad debe ser capaz de liderar el avance hacia una sociedad de la información cada vez más digitalizada.

#### 2.2.5 Evolución del periodismo en México

El periodismo mexicano ha estado marcado por las diferentes etapas de la historia de este país, sus inicios en tiempos de la colonia, con la llegada de la imprenta en 1539, permitió el desarrollo del periodismo con la impresión de pequeñas notas informativas, en ellas se daban a conocer hechos que acontecían en México y en los demás reinos españoles en el continente americano. Durante la guerra de independencia, los criollos que intentaban sublevar contra la corona española y buscar la independencia encontraron en los periódicos una herramienta para influir en la opinión de las clases élites que los leían. Se convirtieron en el medio para la difusión de ideas libertadoras, los cuales empiezan aparecer de forma clandestina, En 1810 Miguel Hidalgo funda en Guadalajara el periódico Despertador Americano, por este medio se transmitían los ideales del movimiento criollo, el cual iba tomando importancia para la población mexicana (Argudín,1987).

Después de la guerra de independencia, continuó un periodo de lucha de poder, por cómo llevar el rumbo del país entre los liberales y los conservadores. Se suscitaron constantes guerras durante este periodo, dejando a México devastado y en bancarrota. Los liberales apostaban a un modelo como el estadounidense que era ejemplo de progreso en aquellos años, y los conservadores veían más próspero seguir el modelo europeo, el cual había sido aplicado en los años del virreinato, planteaban de manera gradual, pero segura, alcanzar el desarrollo deseado. En este periodo México tuvo en 30 años 30 presidentes, lo que trajo mucha inestabilidad (Argudín,1987).

Durante la guerra de la Revolución Mexicana los diarios revolucionarios estaban divididos según la filiación que se tenía, Carrancista, Villista, Zapatista u Oficialista, todos enfrentaban las carestías de papel y tinta. Cuando Venustiano Carranza llega a la Presidencia del país dejaron de existir los diarios independientes, todos estaban bajo la influencia de Carranza y su constitucionalismo. El Diario *El Nacional* fue el único considerado independiente, pero fue clausurado en 1917. El 1 de Octubre de 1916 el constitucionalista Félix F. Palavicini funda “El Universal” y un año después, el 18 de Marzo de 1917, Rafael Alducín da inicio a la impresión del periódico “Excélsior” (Argudín,1987).

Después de la guerra de la revolución, la prensa Mexicana comienza a adoptar un estilo estadounidense, las agencias de noticias que existían en Estados Unidos proveían de información a los diarios mexicanos, pasa a ser considerada un producto comercial en la nueva sociedad mexicana. Las noticias eran historias sobre hechos increíbles y escandalosos. Otra característica de la prensa en la época posrevolucionaria fue que la prensa era considerada para las clases altas, no toda la población tenía el acceso a sus páginas; y los intelectuales de esta época utilizaban la prensa para debates intelectuales, de los cuales la mayoría no entendió nunca el porqué, ni los contextos (Argudín,1987).

En el periodo comprendido de los años cuarenta a los sesenta, fue una etapa en donde los medios informativos eran sometidos por el Gobierno, era imposible publicar contenidos en donde se realizará la crítica a la figura presidencial. En este periodo de tiempo surgen medios impresos como Novedades, El Heraldo de México, el Diario de México, El Sol de México y otros más (Argudín,1987).

El 2 de octubre de 1968, elementos del Ejército se enfrentaron a estudiantes que se manifestaban contra el sistema político mexicano; cientos de ellos terminaron muertos. El único diario de circulación nacional que realizó algunos señalamientos críticos fue Excélsior, dirigido por Julio Scherer García. La actuación que tuvo la prensa puso de manifiesto que la actitud de sumisión contribuía al descrédito de los periódicos ante la sociedad a la que se debía informar con veracidad (Argudín,1987).

En noviembre de 1976 se publica la primera edición del semanario Proceso, teniendo como

director a Sherer. Y en 1977 aparece el periódico Uno más Uno.

En 1982 México enfrentó una fuerte crisis económica que afectó al sector de los medios de comunicación, los periódicos enfrentaron dificultades para sobrevivir. En estas circunstancias nacen los periódicos El Financiero en 1981 y La Jornada en 1984. Las condiciones económicas del país ya no permitieron continuar con el control del gobierno a los medios impresos.

En México la modernización de los periódicos inició a mediados de los ochentas, los procesos periodísticos se modernizaron con la incorporación de computadoras en las salas de redacción. Para finales de esta década alrededor de la mitad de los diarios en la Ciudad de México se encontraban totalmente automatizados y todos contaban con ordenadores para el tratamiento de las noticias (Crovi, Toussaint y Tovar, 2006).

En 1993 es el año de la fundación del periódico la Reforma en la ciudad de México, teniendo como base al periódico el Norte, en donde se reformó los sistemas de trabajo de este medio informativo, al equipararlos con los de la prensa norteamericana, logrando una gran aceptación entre los lectores de Monterrey, México (Esquivel, 2003).

Durante el sexenio presidencial de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), se permitió la libre importación de papel, terminando con el monopolio de Productora e Importadora de Papel, S.A (PIPSA). De esta forma, muchos medios y periodistas, dejaron de recibir recursos económicos (Hernández, 2004).

En el año 2000, se comienza el tiraje del diario *Milenio*, el cual pertenece al Grupo Editorial Milenio, fundado por Francisco González y Jesús D. González.

#### 2.2.5.1 El Periodismo en Coahuila

El periodismo en el Estado de Coahuila en México inicia sus actividades en la primera mitad del siglo XIX, los temas que se emitían en los espacios informativos impresos correspondían al momento histórico que se estaba viviendo, desde temas políticos a lo religioso. Constituían un vehículo para la expresión de posturas particulares de quienes con-

cierta frecuencia atendían a los intereses de grupos definidos dentro del panorama político. El primer periódico redactado en Coahuila fue *La Gazeta Constitucional de Coahuila y Texas*, en 1829 (Carabaza y Ewald, 1992).

Julieta Carabaza e Irene Ewald (1992) indicaron que a principios del Siglo XX la actividad periodística se desarrolló con la aparición de algunos diarios como *El Coahuilense*, *El Periódico Oficial*, en la ciudad de Torreón en 1917 se edita el periódico *La Opinión* y en 1922 *El Siglo de Torreón*. En 1937 *El Popular*, periódico de mayor arraigo en la ciudad de Parras. En 1955 surge el medio impreso salillense el *Sol del Norte*, perteneciente al grupo Organizaciones Editorial Mexicana. En Piedras Negras en 1963 aparece la primera edición *del Diario* y en 1965 el periódico *El Zócalo*, quien años más tarde realiza ediciones en las ciudades de Acuña, Monclova y Saltillo, además en la edición de Piedras Negras, en sus secciones dan cobertura a la región Cinco Manantiales y Carbonífera. En 1964 en la ciudad de Monclova inicia sus operaciones informativas el periódico *El Tiempo*, por su parte la *Voz de Coahuila*, periódico establecido en 1986, alimentado principalmente por las cadenas noticiosas Excélsior, Notimex, UPI y Reuter.

Los grandes centros urbanos juegan un papel importante en el ámbito periodístico, en ellos surgieron y desaparecieron numerosos periódicos. La prensa en Coahuila alcanza su relevancia como medio informativo y órgano de opinión a finales del siglo pasado; en 1992 en el Estado existían 23 periódicos, entre matutinos, vespertinos y semanarios, repartidos en nueve ciudades de los 38 municipios que cuenta el Estado: Saltillo, Torreón, Piedras Negras, Acuña, Monclova, Parras de la Fuente, San Pedro, Sabinas y Múzquiz.

Carabaza y Ewald (1992) señalan que un rasgo característico en el crecimiento y desarrollo de la prensa, ha sido la vida breve de la mayoría de los órganos de información escrita. Una buena parte de periódicos ha surgido en una determinada coyuntura y desaparecido al terminar el movimiento político al que apoyaban. Otra característica fue el diseño de una estructura básica comunicacional que reflejaba la injerencia que sus propietarios tienen en otros negocios o en actividad política. El empirismo es un rasgo notorio en el periodismo coahuilense; en algunas ciudades la elaboración de noticias está en manos de gente formada en la práctica de la profesión.

En el año 1992 la prensa del estado de Coahuila inicia su transformación a la modernidad, con la incorporación de tecnologías que permitían modificaciones importantes en el procesamiento de la información. En los procesos de producción de algunos diarios se observaban cierta tendencia a la automatización, por ejemplo en el *Zócalo de Piedras negras*, en el *Siglo de Torreón* y *La Opinión*, de Torreón, *El Diario de Coahuila*, o *Vanguardia*, de Saltillo. Microcomputadoras, teletipos, fotocomposición, tecnología en scanner, digitalización computarizada y sistemas electrónicos de información son términos que formaron parte del lenguaje periodístico de fin de siglo.

Julieta Carabaza y Carlos Recio (2008) realizaron un nuevo estudio de la historia de los medios de comunicación en el estado de Coahuila, en esta publicación señalan que la prensa en esta entidad tiene una base comercial y empresarial. Se caracterizan por contar con recursos técnicos en su mayoría modernos: impresión de offset, computadoras para la composición tipográfica, el uso del télex vía satélite; además contaban con la edición de suplementos en casi todos los diarios, una incipiente prensa gratuita como en las grandes capitales europeas. La incorporación de los periódicos al Internet en esa época visibilizaba una tendencia que aún faltaba por desarrollar en esta parte del noreste de México.

## 2.2.6 El Ciberperiodismo en México

La prensa fue uno de los primeros medios de comunicación en incorporarse a Internet en México, en sus inicios se realizaba una copia para la versión en línea de la edición impresa. Los primeros periódicos en incorporar la transmisión de la información impresa al sistema en línea fueron *La Jornada*, a través de un servidor de la UNAM en 1995 y *El Norte* de Monterrey en 1996. Los dos diarios crearon una página con dirección electrónica, de libre acceso, en donde colgaron sus notas en Internet (Crovi, 2006).

Con el tiempo los principales diarios nacionales y regionales se fueron incorporando a la red, este proceso requirió un trabajo especializado, las páginas se modificaron y ofrecen diferencias entre la versión impresa y las digitales, además de servicios como buscadores, noticias en tiempo real, audio y correo electrónico (Crovi, 2006).

Crovi (2006) señala que el ingreso y uso del sistema computarizado modificó el trabajo de los reporteros en los periódicos, al evitarse los traslados.

En una exploración personal, realizada diez años después, a finales del 2010, se encontraron un total de 449 sitios de Internet dedicados a la información periodística en todo el país, de los cuales 337 tenían un referente impreso y 112 existían solo en línea (Barrios, 2013).

## 2.2.7 Internet en México

A finales de las década de los 70 inició en México la conexión entre equipos de cómputo, en su comienzo el servicio era temporal y restringido a unas horas determinadas, se utilizaba para bajar correos electrónicos o información de los grupos de discusión. La conexión era por medio de las líneas telefónicas analógicas. En 1980 el Sistema Tecnológico de Monterrey estableció las primeras conexiones entre los equipos computacionales instalados en los distintos campus. El 28 de febrero de 1989, el Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey se convirtió en la primera institución en México en establecer un enlace dedicado a la red de la National Science Foundation (NSFNET), hoy Internet. El acceso fue establecido a través de la Escuela de Medicina de la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA). El Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey dispone del primer nombre de dominio “.mx” (Islas, 2011).

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), a través del Instituto de Astronomía, ubicado en la Ciudad de México, logró establecer el segundo enlace a la Red. La conexión digital se estableció mediante un enlace satelital con el Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR), en Colorado, Estados Unidos. La UNAM y el Tecnológico de Monterrey mantenían un enlace común mediante líneas analógicas privadas (Islas, 2011).

En México la integración a la red fue favorecida también por acuerdos de tipo comercial entre los países de Norteamérica, específicamente el Tratado de Libre Comercio para América del Norte. En 1994 había tan solo 5,164 computadoras dentro de Internet, según

un análisis de la Internet Society de julio de ese año, México tendría un nivel de integración a la red de redes superior al de Japón e Italia. Con ello se ubica en la vanguardia en América Latina.

En 1995 se observó un mayor interés en el registro de dominios comerciales bajo los sufijos “.com.mx”, incremento fomentado por la consolidación mundial de uno de los servicios o herramientas de Internet, la World Wide Web o WWW. El 10 de octubre de 1995, el número de dominios mexicanos comerciales alcanzó la cifra de 100, superando en 15 los dominios de instituciones educativas. Para entonces el total de dominios registrados bajo “.mx” era de 211, según el Centro de Información de la Red en México o NIC-México (Gayosso, 2003).

Los movimientos sociales, organizaciones no gubernamentales, ciudadanos, medios de comunicación, políticos y activistas están aprovechando Internet en México para expresar sus demandas e intereses, mediante las redes sociales y las herramientas de la Web 2.0. (Gómez y Sosa-Plata, 2011).

El primer acontecimiento histórico del uso de Internet en un movimiento social en México fue con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) hecho que llamó la atención de la comunidad internacional. Los zapatistas se levantaron en armas el 1 de enero 1994, bajo la dirección del Subcomandante Marcos. Realizaron una campaña en Internet con el propósito de dar que la firma del Tratado de Libre Comercio atentaba contra los derechos de la población Chiapaneca, este hecho es considerado como la primer “guerra por Internet” con un uso eficaz de la información y de las tecnologías de comunicación para difundir su discurso y manifiesto en el mundo (Gómez y Sosa-Plata, 2011).

Otro hecho relevante fue en el 2006 con la creación del blog llamado El Sendero del Peje tenía el fin de apoyar la candidatura de Andrés Manuel López Obrador por la Presidencia de la República Mexicana. Se convirtió en un espacio donde transmitía información que no era mencionada por los medios de comunicación. La empresa de medición blogalaxia ubicó durante mucho tiempo a El Sendero del Peje como el blog más visitado en América Latina, en la actualidad se ha convertido en un sitio Web de noticias alternativas, SDPnoticias.com. (Gómez y Sosa-Plata, 2011).

De octubre a noviembre de 2009 se llevó a cabo una ciber-protesta en México. Alejandro Pisanty, representante de la Sociedad Internet de México A. C., envió información sobre la iniciativa del gobierno de imponer nuevos impuestos a los servicios de telecomunicaciones, a través de dos *twitts* en la red social y con el *hashtag* #Internetnecesario. El día de su publicación se generaron 100 mil *twitts*. Los medios de comunicación retomaron la historia y publicaron entrevistas y reportajes sobre el fenómeno de #Internetnecesario. La propuesta de gravar con impuestos el servicio de Internet no fue aprobada. (Gómez y Sosa-Plata, 2011).

En el 2010 Internet y en especial las redes sociales sirvieron de espacio para la difusión de información sobre hechos relacionados con el narcotráfico, en especial las noticias que no aparecían en los medios de comunicación. El 23 de febrero de 2010 aparecieron en las redes sociales los siguientes mensajes: en Facebook: “Balacera en la Plaza Principal de Reynosa 23 muertos aproximadamente en su mayoría civiles”. En Twitter: “Gran balacera en los dos puentes internacionales de Nuevo Laredo, Tamaulipas”. En Facebook: “Es oficial Hoy Miércoles 24.02.10 en nuestra ciudad H. Matamoros Tamaulipas. Toque de queda a partir de las 21 horas. Si has leído este estado por favor cópialo y pégalo y públicalo, nunca sabes cuándo puedes salvar una vida. No salgas después...”. Los mensajes fueron criticados por los medios de comunicación, el director de Milenio TV tituló su columna en el periódico *Milenio*: “Twitter nos quiere matar de miedo”. En el texto se realizó una crítica sobre la impunidad de las redes sociales donde la información no es verificable. En abril de 2010, la revista *Time* reportó que los carteles de la droga mexicanos enviaban alertas por medio de Facebook y Twitter para evitar las redadas del Ejército y los puestos de control de la policía. (Gómez y Sosa-Plata, 2011).

### **3. Desarrollo de la investigación**

El presente trabajo final de Máster de Investigación en Comunicación y Periodismo, se desarrolló con el análisis de los principales diarios on-line, que tienen su origen en el Estado de Coahuila en México. Por tal motivo es necesario conocer las características de esta entidad, sus regiones y los cibermedios estudiados.

### 3.1 Coahuila

El estado de Coahuila en México, por su extensión territorial, es considerado el tercer estado más grande del país, se localiza al noreste, colinda al norte con Texas, Estados Unidos, al sur con San Luis Potosí y Zacatecas, al este con Nuevo León y al oeste con Chihuahua. Está conformado por 38 municipios, su capital es Saltillo. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda del 2010 su población es de 2,748,391 habitantes y su esperanza de vida es de 75 años (INEGI, 2010).

### **Figura 7. Ubicación de Coahuila, México.**



Fuente: Google Maps

El estado de Coahuila se divide en cinco regiones geográficas: Norte, Carbonífera, Centro, Laguna y Sureste.

Su economía se basa en el sector industrial, cuenta con el clúster automotriz más grande de México, es líder en el sector minero, de plata refinada y carbón, además, cuanta con la productora más grande de acero del país. Por otra parte, en el sector agropecuario es el principal productor de leche y carne de caprino, sorgo forrajero en verde y melón (Coahuila, 2015).

La región Norte comprende los municipios de Acuña, Allende, Guerrero, Hidalgo, Jiménez, Morelos, Nava, Piedras Negras, Villa Unión y Zaragoza, tiene una población de más de 381, 000 habitantes (INEGI, 2010). Como su nombre lo indica, se ubica en la zona norte del estado, es decir, en la frontera con Texas, Estados Unidos. Su economía destaca por la industria maquiladora, y las plantas de termoeléctrica, en donde se produce el 20% de la energía eléctrica del país (INECC, 2015) . En la cobertura de los medios de comunicación en esta región, sobresale en radio con las emisoras correspondientes a los grupos Radio Zócalo, Radiorama, Acir, Cadena Nacional; en televisión las filiales del Grupo Multimedios, Televisa y Televisión Azteca y los canales locales 9 y 10 (CIRT, 2015); en prensa escrita los diarios el *Zócalo*, *La Voz de Piedras Negras* y en ciberperiodismo [www.eldiapn.com.mx](http://www.eldiapn.com.mx), [www.noticiasellatino.net](http://www.noticiasellatino.net), [www.zocalo.com.mx](http://www.zocalo.com.mx) y [www.territoriodecoahuilaytexas.com](http://www.territoriodecoahuilaytexas.com).

La región Carbonífera tiene una población de 174,402 habitantes (INEGI, 2010), está integrada por los municipios de Juárez, Múzquiz, Progreso, Sabinas y San Juan de Sabinas, es considerada la única región del país productora y extractora de carbón. La región se encuentra ubicada entre las regiones Norte y Centro (Coahuila, 2015). La cobertura de los medios de comunicación está a cargo en radio por estaciones locales como La Sabrosita, Radio 95 y La Más Buena; en televisión existen repetidoras de Televisa y Televisión Azteca, y los canales Cinco en Sabinas y de Telemedios Regionales en Múzquiz (CIRT, 2015). No existen medios impresos locales, pero diarios de otras regiones, como Zócalo y

Vanguardia, destinan espacios en sus páginas con información periodística de esta región; además, existe el cibermedio factor.com.mx.

La región Centro la integran los municipios de Abasolo, Candela, Castaños, Cuatro Ciénegas, Escobedo, Frontera, Lamadrid, Monclova, Nadadores, Ocampo, Sacramento, San Buenaventura y Sierra Mojada, tiene una población de 386,104 (INEGI, 2010). Su ubicación está en la zona desértica del Estado. En la ciudad de Monclova se ubica la empresa AHMSA, la cual es considerada la mayor siderúrgica del país (Coahuila:2015). En la cobertura de los medios de comunicación en radio destacan los grupos Megacina, Radiorama, Radiodifusoras Asociadas, Radio Zócalo y Núcleo Radio y Televisión (NRT); en televisión existen filiales de Televisión Azteca, Televisa, Multimedios y NRT, (CIRT, 2010); en prensa escrita existen los periódicos el Zócalo de Monclova, La Voz, Vía 57, el Tiempo y la Prensa, todos con sus versiones on-line.

La región Laguna está compuesta por los municipios de Francisco I. Madero, Matamoros, San Pedro, Torreón y Viesca. Su población es de 926,434 habitantes (INEGI, 2010). Se ubica en la zona suroeste del estado, es considerada la mayor productora de plata refinada en el mundo, además de oro afinado en México, en Torreón se ubica el grupo Lala productor del 40 % de la leche que se consume en el país (Coahuila, 2015). En la cobertura de los medios de comunicación destacan en radio el grupo Radiorama, Acir, Multimedios, Megacima e imagen; en televisión los canales del grupo Televisa, Televisión Azteca, Multimedios y Megacable (CIRT, 2015); en prensa escrita con los diarios Milenio, el Siglo de Torreón, Noticias del Sol de La Laguna; y los cibermedios hojassueltas.com, lavozdelalaguna.com.mx, razonesdeser.com, oem.com.mx, elsiglodetorreon.com.mx, extradelalaguna.com.mx y milenio.com/laguna.

La región sureste tiene una población de 880, 211 habitantes (INEGI, 2015), la integran los municipios de Arteaga, General Cepeda, Parras, Ramos Arizpe y Saltillo. En esta región se encuentra el clúster automotriz más grande de México y ocupa el primer lugar en el ámbito nacional en producción de automóviles (Coahuila, 2015). En la cobertura de los medios de comunicación sobresalen en radio los grupos Multimedios, Radiorama, RCG e Imagen; en televisión los canales locales 7 de RCG, 4 de Televisión Azteca y 25 de Televisa (CIRT, 2015), en prensa escrita por los diarios Vanguardia, El Diario de Coahuila, Zócalo Saltillo,

El Heraldo de Saltillo y por los cibermedios, [vanguardia.com.mx](http://vanguardia.com.mx), [espacio4.com/home/](http://espacio4.com/home/), [eldiariodecoahuila.com.mx](http://eldiariodecoahuila.com.mx), [capitalcoahuila.com.mx](http://capitalcoahuila.com.mx), [periodicoelpionero.mx](http://periodicoelpionero.mx), [zocalo.com.mx](http://zocalo.com.mx) y [elperiodicodesaltillo.com](http://elperiodicodesaltillo.com).

### 3.2 [vanguardia.com.mx](http://vanguardia.com.mx)

El cibermedio [vanguardia.com.mx](http://vanguardia.com.mx) es la versión online del diario Vanguardia, de la empresa periodística Vanguardia, además tienen la publicación el periódico *El Guardián*, y los suplementos El Semanario y el Periodiquito. La empresa ha invertido en el sector de hostelería, cuenta con hoteles y restaurantes en la ciudad de Saltillo, Coahuila.

Dentro de su filosofía se expresa como una empresa periodística que utiliza las mejores prácticas del periodismo y las mejores tendencias tecnológicas para contribuir a fortalecer la democracia de México, ampliar el criterio de los lectores y como una solución publicitaria exitosa (Vanguardia, 2015).

El diario Vanguardia se publica en la ciudad de Saltillo en el Estado de Coahuila, en México. Su primera edición fue el 4 de octubre de 1975 por su fundador Armando Castilla Sánchez y un grupo de 50 empleados. Su principal cobertura es en la región sureste del Estado de Coahuila, en los municipios de Arteaga, Saltillo, Ramos Arizpe, General Cepeda y Parras de la Fuente, pero su contenido incluye información de todas las regiones del Estado.

De acuerdo con la página de internet <http://pnmi.segob.gob.mx>, (2015) del Padrón Nacional de Medios impresos, en el 2003 el periódico tuvo un tiraje de 24,337 ejemplares, el perfil de sus lectores según con el género es de Hombres 51% y Mujeres 49%, por su edad es de 18 a 25 años un 21.7%, de 26 a 35 años de un 39.7%, de 36 a 45 años un 22.9% y de más de 46 años de 15.8%.

En 1996 el periódico Vanguardia publica su página de internet [vanguardia.com.mx](http://vanguardia.com.mx), por lo que este medio se convirtió en pionero en este ámbito, al ser el primer medio escrito de la región en tener una página de internet. Según el sitio online Alexa.com (2015), el

cibermedio vanguardia.com.mx se ubica en el sitio 253 del ranking nacional de las páginas de internet, es considerado el cibermedio más visitado de la región sureste del estado de Coahuila en México.

Vanguardia.com.mx tiene presencia en las redes sociales de Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Youtube y Google +, cuenta con 110 564 seguidores en Facebook y 99, 200 en Twitter. El cibermedio se adapta a los diferentes dispositivos: ordenadores, laptop, teléfonos inteligentes y tabletas, con los software en Android, iSO y Blackberry. Cuanta con una aplicación en los diferentes software para una rápida visita desde los diferentes dispositivos, y está presente en el kiosco de Apple, el cual permite la descarga diaria y automática de la versión impresa en soporte tecnológico.

### 3.3 milenio.com/laguna

Milenio.com/laguna, forma parte del grupo milenio, el cual es una organización periodística del corporativo Multimedios. Nace en el año 2000, como un nuevo concepto en periodismo. El grupo Milenio, convergen diversas plataformas de comunicación: 14 periódicos, una señal nacional de noticias en televisión de paga, una red nacional de estaciones de radio, el segundo portal de contenido periodístico en México, revistas especializadas y una infraestructura editorial de servicios educativos (Multimedios, 2014).

El cibermedio tiene sus orígenes en el periódico *La Opinión*, fundado en la ciudad de Torreón, Coahuila, el 27 de septiembre de 1917 por Rosendo Guerrero Carlos. En 1993 pasó a formar parte del grupo Multimedios Estrella de Oro, que años más tarde adoptaría la identificación de grupo Milenio. En marzo de 2011 cambia de nombre para adoptar el de *Milenio Diario Laguna*.

El Padrón Nacional de Medios Impresos (2015) señala que el periódico *Milenio Diario Laguna*, tiene un tiraje de 17,000 ejemplares según la certificación con fecha de 20 de septiembre de 2012. El perfil de sus lectores es de 52% hombres y 48 % mujeres, de acuerdo a su edad el 20% tiene entre 13 a 18 años, el 13% entre 19 a 24 años, el 32% entre 25 a 34 años, el 24% entre 35 a 44 años y el 12 % entre 45 a 64 años.

El sitio Web milenio.com/laguna trata los temas actuales de los municipios que integran la región Laguna, además sobre el estado de Coahuila, de México y el Mundo en temas de política, deportes, negocios, espectáculos, internacional, cultura y tendencias. Contiene espacios para el debate y la opinión; artículos de interés, foto reportajes, foros, blogs y contenidos de entretenimiento. Por medio de pago se tiene acceso a los contenidos de los periódicos impresos de Milenio. y se pueden acceder en directo, de manera libre, a las diferentes estaciones de radio y televisión que forman parte del grupo Milenio.

El sitio online Alexa.com (2015) señala que el cibermedio milenio.com/laguna se ubica en el sitio 31 del ranking nacional de las páginas de internet, es considerado el cibermedio más visitado de la región Laguna del estado de Coahuila en México.

El grupo milenio agrupa en redes sociales todas sus ediciones, tiene presencia en Google+, Youtube, Facebook, Twitter e Instagram. En Google+ cuenta con 75,701 seguidores, en Twitter 2,585,940 y 413, 646 en Facebook. Se adapta a diferentes dispositivos: ordenadores, laptop, teléfonos inteligentes y tabletas, con los software en Android e iSO.

### 3.4 Periodicolavoz.com.mx

El cibermedio periodicolavoz.com.mx pertenece al grupo editorial Milenio Coahuila, que cuenta con los diarios *La Voz de Monclova* y *La Voz de Piedras Negras*. Tiene su sede en la ciudad de Monclova, en la región centro del estado de Coahuila.

El periódico *La Voz de Monclova* inició sus operaciones en 1986, como un medio informativo alterno a los que ya circulaban en esa fecha en la región Centro de Coahuila. Su fundador Salvador Damar encontró con la creación de la empresa informativa, la oportunidad de expandir su inversión en otra área diferente a las que ya tenía, una comercialización automotriz y una industria. En su comienzo el medio periodístico contaba con la particularidad de que su información provenía principalmente de agencias de noticiosas como Excélsior, Notimex, UPI y Reuter (Carabaza y Recio, 2008).

El Padrón Nacional de Medios Impresos (2015) indica que el periódico *La Voz de Monclova*, tiene un tiraje de 8,453 ejemplares, según la certificación con fecha de 22 de junio de 2003, los cuales son distribuidos en la región Centro, Carbonífera y Norte. El perfil de sus lectores es de 67% hombres y 33 % mujeres, de acuerdo a su edad el 22% tiene entre 15 a 20 años, el 20% entre 21 a 29 años, el 43% entre 30 a 39 años y el 15% más de 40 años.

El sitio Web contiene información de la ciudad de Monclova, Nacional, Internacional, deportes, espectáculos, seguridad y sociales, además contiene tres secciones destinadas a información de la región Carbonífera y de las ciudades de Piedras Negras y Acuña.

El sitio online Alexa.com (2015), ubica al sitio Web [periodicolavoz.com.mx](http://periodicolavoz.com.mx) en el sitio 4,157 del ranking nacional de las páginas de internet, es considerado el cibermedio más visitado de la región centro del Estado de Coahuila en México.

El sitio [periodicolavoz.com.mx](http://periodicolavoz.com.mx) está presente en redes sociales, en Facebook con más de 13,000 personas que dieron “Like” a su página y en Twitter cuenta con 1444 seguidores.

### 3.5 [elfactor.com](http://elfactor.com)

El cibermedio [elfactor.com](http://elfactor.com) forma parte del grupo Telemedios Regionales, el cual cuenta en la ciudad de Muzquiz, Coahuila, con una empresa de servicio de televisión de paga, además de un canal de televisión, con cobertura local; su actividad empresarial se extiende a la producción de programas de televisión y publicidad.

[elfactor.com](http://elfactor.com) inicia sus operaciones en el ciberespacio en octubre de 2013, con información de los municipios que integran la región Carbonífera, sobre temas de política, seguridad, educación, deporte y cultura.

En el sitio online Alexa.com (2015), [elfactor.com](http://elfactor.com) se coloca en el lugar 1,601,239 del ranking internacional de las páginas de internet, es el único cibermedio que se edita en la región Carbonífera. Está presente en redes sociales, en Facebook cuenta con 5245 seguidores y 171 en Twitter.

### 3.6 zocalo.com.mx

Con la dirección en internet [www.zocalo.com.mx/seccion/c/coahuila-piedras-negras](http://www.zocalo.com.mx/seccion/c/coahuila-piedras-negras), se ubica el cibermedio Zócalo Piedras Negras, el cual forma parte del grupo Zócalo, cuenta con 6 estaciones de radio en todo el estado de Coahuila y las ediciones impresas de los diario Zócalo y Calibre 57 en Piedras Negras, Acuña, Monclova y Saltillo.

El diario Zócalo fue fundado en 1965 por Francisco Juaristi Juaristi y Francisco Juaristi Septién en la ciudad de Piedras Negras, años más tarde se consolida con la edición de los periódicos Zócalo Ciudad Acuña y Monclova, además de la sección especial que se edita para la Región Carbonífera, alcanzando con ello una cobertura en poco más de la mitad del territorio de Coahuila y también en el sur de Texas, hasta donde llega su distribución. En 2008 inicia su labor periodística en la ciudad de Saltillo con tres productos: Zócalo Saltillo, Calibre 57 y una nueva página Web, con lo cual pretendieron abarcar una cobertura del 70% del territorio coahuilense.

El Padrón Nacional de Medios Impresos (2015) indica que el periódico *Zócalo Piedras*, tiene un tiraje de 12, 970 ejemplares, según la certificación con fecha de 12 de noviembre de 2010, los cuales son distribuidos en las regiones Carbonífera y Norte. El perfil de sus lectores es de 63% hombres y 37 % mujeres, de acuerdo con su edad el 6% tiene entre 17 a 25 años, el 24% entre 26 a 35 años, el 44% entre 36 a 45 años, el 13% entre 46 a 55 años y el 3% entre 56 a 65 años.

El sitio Web está albergado en [zocalo.com.mx](http://zocalo.com.mx), el cual contiene las ediciones de Monclova, Saltillo, Acuña y Piedras Negras, además de la Carbonífera, Torreón y Texas. El cibermedio incluye información de temas de política, sociedad, deporte, tecnología, economía, seguridad y sociales en el ámbito local, nacional e internacional.

Alexa.com (2015), ubica al cibermedio [zocalo.com.mx](http://zocalo.com.mx) en el sitio 367 del ranking nacional de las páginas de internet, es considerado el cibermedio más visitado de la región norte del Estado de Coahuila en México.

El cibermedio zocalo.com.mx está presente en redes sociales, con más de 144,000 seguidores en Twitter y 280,000 en Facebook. Se puede visitar desde diferentes dispositivos como ordenador, tablet, y móvil en los software de Android, iSO y Blackberry.

## 4. Presentación y discusión de los resultados principales

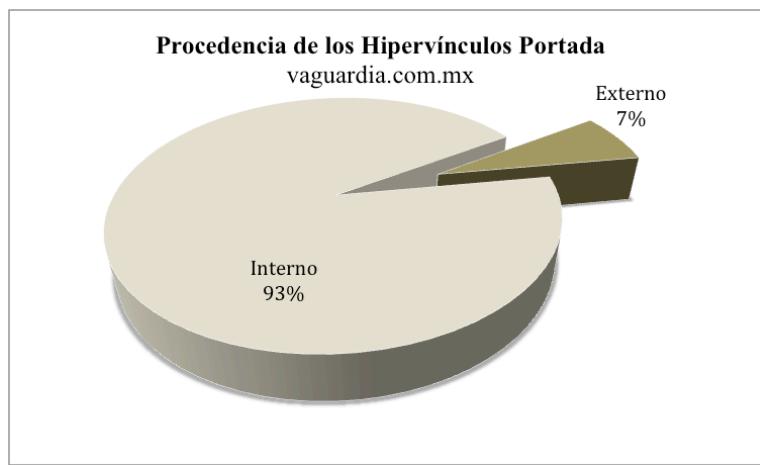
### 4.1 Vanguardia

#### 4.1.1 Hipertextualidad

De acuerdo con los tres días analizados, el cibermedio [vanguardia.com.mx](http://vanguardia.com.mx) presenta una estructura hipertextual reticular, debido a que a partir de la portada se puede dirigir a otros nodos tanto seccionales como informativos y a su vez desde estos nodos se puede conducir a otras noticias o secciones, entre los vínculos existentes en este sitio Web se forma una red, lo anterior permite al lector decidir la ruta de navegación y seleccionar los temas y el orden de consulta de los contenidos.

Los hipervínculos son parte fundamental de la arquitectura de la Web, permite navegar al clicar sobre este elemento, por medio de ellos se tiene el acceso a otros nodos los cuales pueden contener documentos, imágenes, páginas u otras partes del mismo documento o sitio Web (Tascón, 2012).

**Figura 8. Procedencia de los hipervínculos en portada en [vanguardia.com.mx](http://vanguardia.com.mx).**



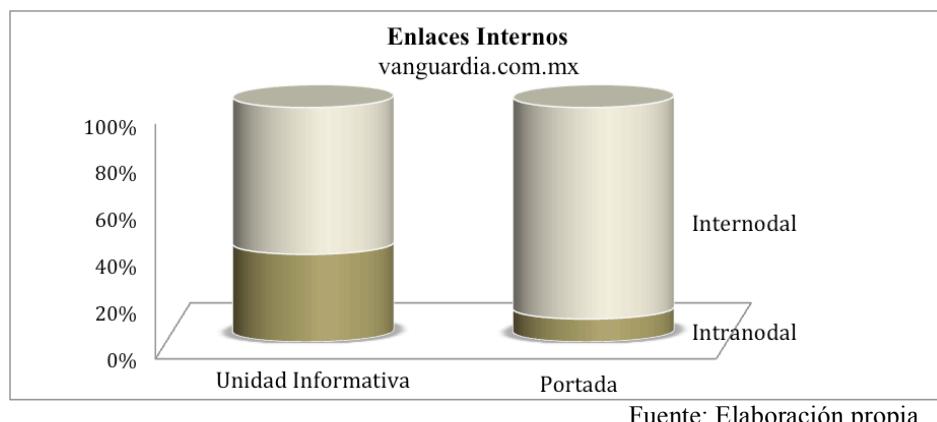
Fuente: Elaboración propia

En los tres días de análisis se ubicaron en la portada 982 hipervínculos, de los cuales el 93% provienen de enlaces internos y el 7 % de externos, de estos una parte corresponden a publicidad y otra a las redes sociales del cibermedio.

En los nodos de las unidades informativas se encontró una media de enlaces de 9 internos por día, sobre 6 enlaces externos con dirección a las redes sociales del cibermedio.

La procedencia de los enlaces internos en vanguardia.com.mx, en la portada el 90% proviene de otros nodos y 10% son intranodales, es decir el vínculo está en el mismo nodo. En las unidades informativas el 63% son internodales y el 27% restante intranodales.

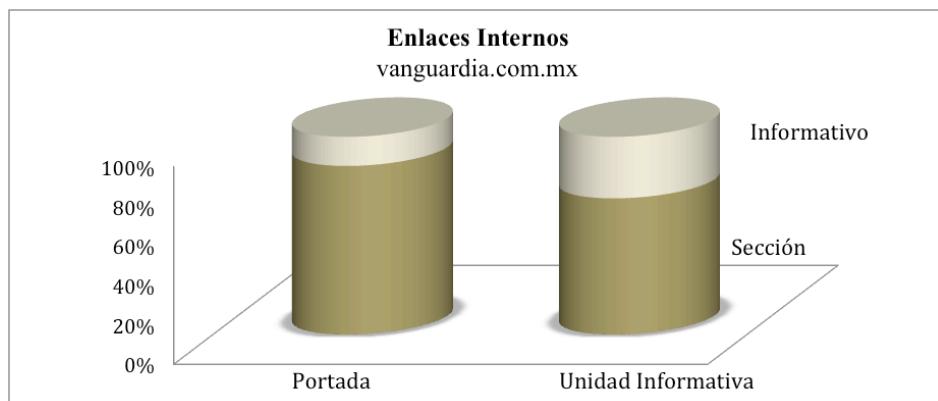
**Figura 9. Enlaces internos en vanguardia.com.mx (intranodal e internodal).**



Fuente: Elaboración propia

Los hipervínculos internos también nos pueden conducir hacia una unidad de información o a una sección, en este caso del total de los enlaces internos en la portada el 85% provienen de una nota periodística, mientras que el 15% de una sección. En las unidades informativas el 69% son de información y el 31% de alguna sección.

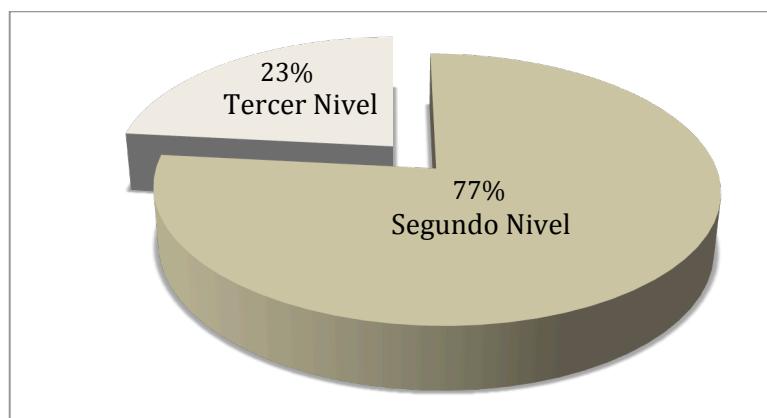
**Figura 10. Enlaces internos vanguardia.com.mx (seccional e informacional).**



Fuente: Elaboración propia.

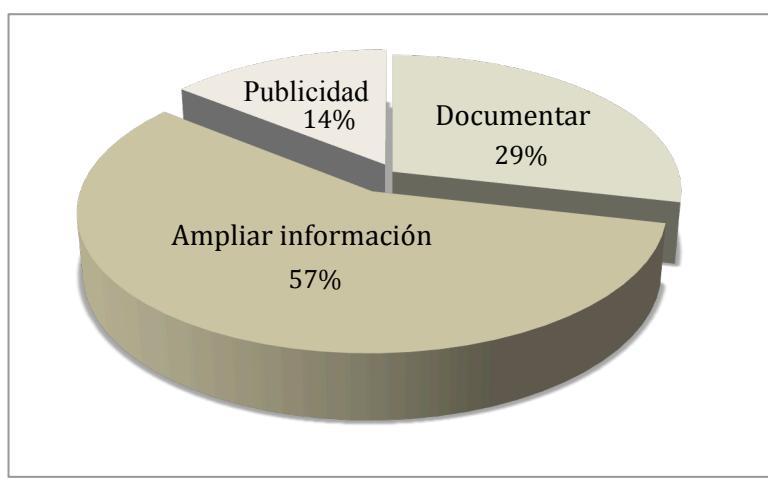
El uso de los enlaces en las unidades informativas permite profundizar en los contenidos presentados en el cibermedio, el empleo de los hipervínculos en una misma nota periodística van formando capas. El análisis realizado en el periódico on-line vanguardia.com.mx señala que el 77% se ubica en un segundo nivel de capas, es decir presenta un avance de la información por medio del título en la portada y en otro nodo desarrolla la información, el otro 23% la información se desarrolla en un tercer nivel, de estos el 57% busca ampliar la información, el 29% guían al lector hacia información de contexto, y un 14% lo utilizan con fines publicitarios.

**Figura 11. Niveles de Capas en vanguardia.com.mx.**



Fuente: Elaboración propia

**Figura 12. Capas: Tercer Nivel en vanguardia.com.mx.**

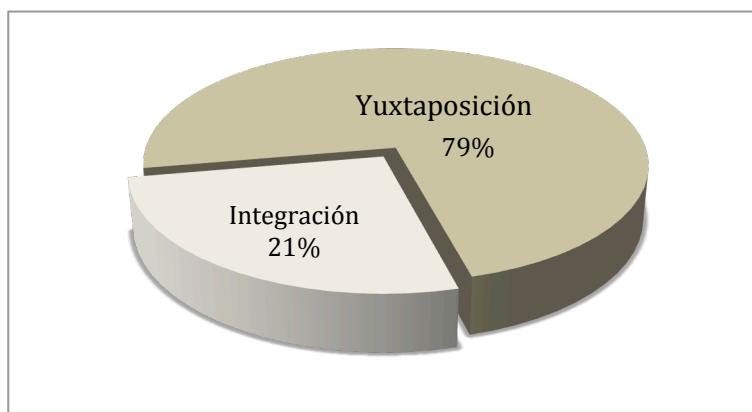


Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.2 Multimedialidad

En la página de inicio se encontraron 72 elementos de multimedia, en todos se combina el texto con algún otro recurso, 59 con fotografía y 9 lo integran con audio y video. El 79% de la conjunción de los elementos son por medio de yuxtaposición y el 21% por integración. En las unidades informativas, de los 30 elementos analizados, solo dos no conforman una combinación multimedia; 27 integran texto y fotografía y en una nota periodística conjuga texto, fotografía, video y audio. El total de los recursos multimedia se presentan por yuxtaposición.

**Fugura 13 Multimedialidad en la portada de vanguardia.com.mx.**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.3 Interactividad

Los datos recopilados en las fichas de análisis dan como resultado que el cibermedio vanguardia.com.mx, tiene las siguientes características de interactividad: utiliza en su página de inicio una interactividad de tipo participativa, cuenta en su portada con un espacio para la colaboración de los lectores, que consiste en enviar información para su publicación en este espacio on-line; por su parte en los nodos de las unidades informativas 23 de ellos permiten la participación del usuario por medio de comentarios, 7 no contienen esta opción. La estructura del cibermedio solo permite cambios del autor o administrador, por lo que se considera que es fija. La forma dialógica es asimétrica, tanto la publicación de información en el espacio de portada como en los comentarios en las notas informativas, está sujeta a un registro y a decisión del administrador, con una temporalidad asincrónica.

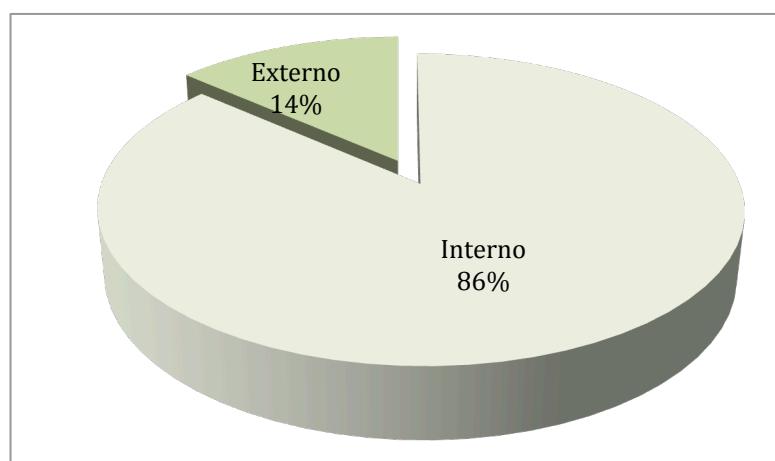
Los elementos contenidos 2.0 que contiene son el lector RSS y servicio de móvil, están ubicados en la portada. Los metacontenidos se emplean al realizar etiquetas para la búsqueda y organización de los contenidos, por medio de las redes sociales, que permiten darse de alta, compartir la información, en los diferentes espacios que cuenta en la red, además de indicar que te gusta la información en Facebook. El lector, además de lo anterior, puede imprimir y enviar por correo electrónico la información publicada.

## 4.2. Milenio Laguna

### 4.2.1 Hipertextualidad

El periódico on-line Milenio Laguna contiene una estructura hipertextual reticular, desde la portada se puede navegar a otros nodos tanto de secciones como informativos y a su vez desde estos nodos se puede dirigir a otras noticias o secciones, entre los vínculos existentes en este sitio Web se forma una red, lo anterior permite al lector decidir la ruta de navegación, seleccionar los temas y el orden de consulta de los contenidos.

**Figura 14. Procedencia de los hipervínculos en la portada de milenio.com/laguna.**

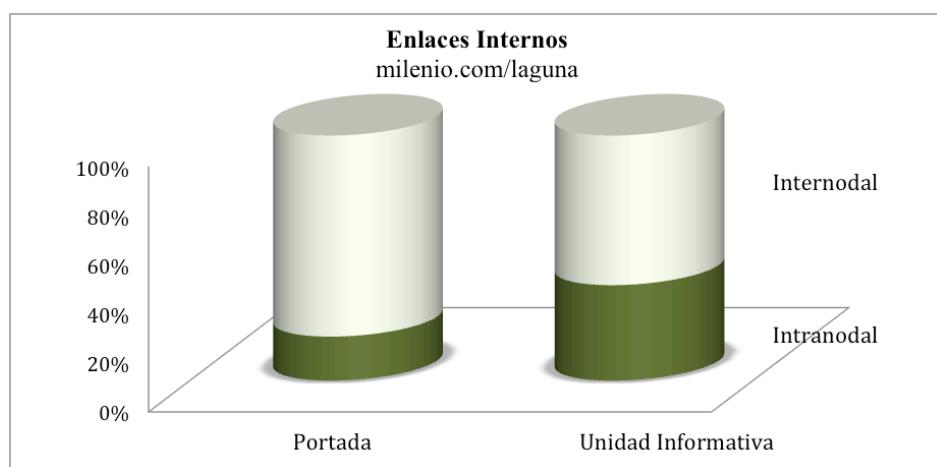


Fuente: Elaboración propia

Durante los días de análisis se encontraron en la páginas de inicio 464 hipervínculos, el 86% provienen de enlaces internos y el 14 % de externos, de estos una parte corresponden a publicidad, a redes sociales del cibermedio y a otros ciberespacios con que cuenta el grupo Milenio, como Milenio TV y Milenio Radio. En los nodos de las unidades informativas se localizaron una media de 8 enlaces internos y 5 externos.

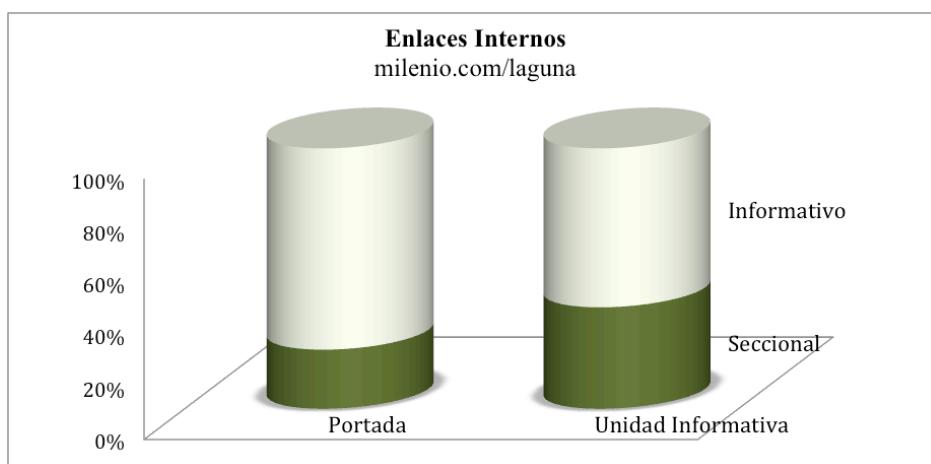
La procedencia de los enlaces internos en milenio.com/laguna, en la portada el 82% proviene de otros nodos y 18% son intranodales. En las unidades informativas el 61% son internodales y el 39% intranodales.

**Figura 15. Enlaces internos en milenio.com/laguna (intranodal e internodal).**



Fuente: Elaboración propia

**Figura 16. Enlaces internos en milenio.com/laguna (seccional e informacional).**

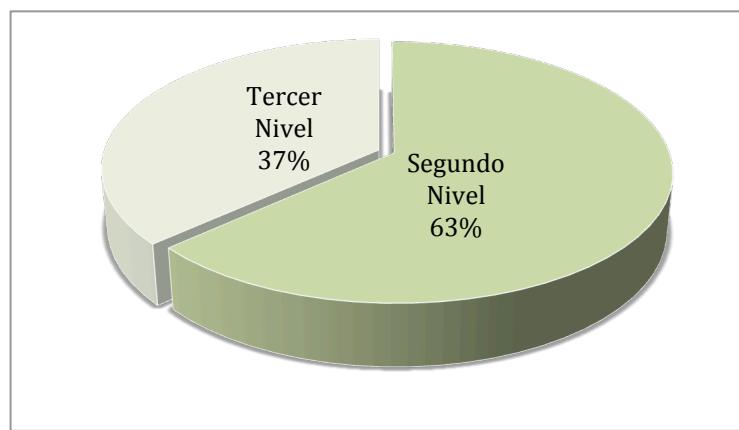


Fuente: Elaboración propia

Del total de los enlaces internos en la portada el 77% provienen de una nota periodística, mientras que el 23% de una sección. En las unidades informativas el 69% son de información y el 31% de alguna sección.

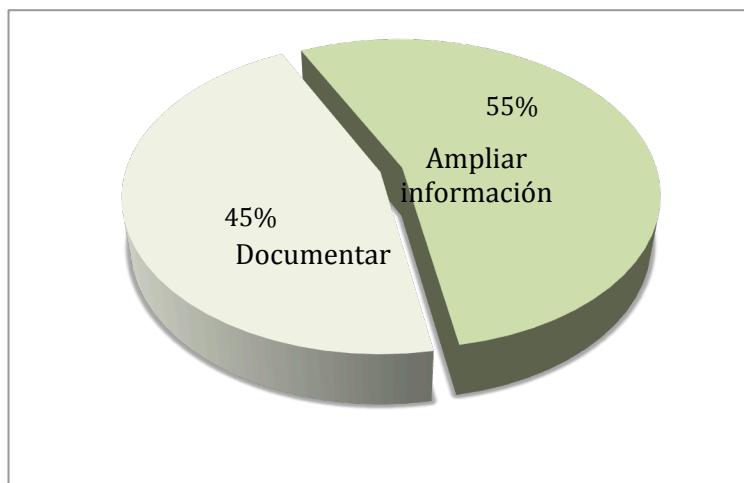
Las capas hipertextuales que utiliza Milenio Laguna en su página Web el 63% se ubica en un segundo nivel, el 37% en un tercer nivel, de estos el 55% busca ampliar la información, el 45% guían al lector para ponerlo en contexto.

**Figura 17. Niveles de Capas en milenio.com/laguna.**



Fuente: Elaboración propia

**Figura 18. Capas: Tercer Nivel en milenio.com/laguna.**

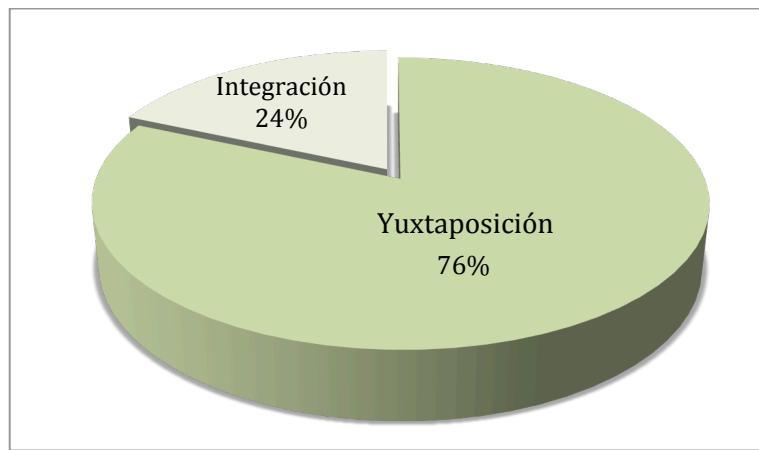


Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.2 Multimedialidad

En la página de inicio se encontraron 123 elementos de multimedia, el texto es el componente que se utiliza en todos los recursos, el cual se combina en 103 ocasiones con fotografía y 8 con audio y video. El 76% de uso de multimedia es a través de yuxtaposición y el 24% por integración. En las unidades informativas, los 30 elementos analizados, se presentan con la combinación de fotografía y texto por yuxtaposición. Además, se incluyen en cada informativa 4 hipervínculos con la combinación de texto y fotografía.

**Figura 19. Multimedialidad en la portada de milenio.com/laguna.**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3 Interactividad

El análisis realizado en cibermedio milenio.com/laguna, se encontraron las siguientes características de interactividad: su página de inicio tiene una interactividad de tipo Básica, es decir, permite al usuario interactuar al seleccionar las opciones del menú para su navegación; en los nodos de las unidades informativas es posible una interacción participativa a través de los comentarios de las notas periodísticas. La estructura interactiva del cibermedio es fija. La forma dialógica es asimétrica, los comentarios en las notas informativas, está sujeta a un registro y a decisión del administrador, con una temporalidad asincrónica. Los contenidos 2.0 que contiene el cibermedio son el lector RSS tanto en portada como en las notas informativas y servicio móvil en la portada. Los metacontenidos que utiliza son por medio de las redes sociales que permiten darse de alta, compartir la

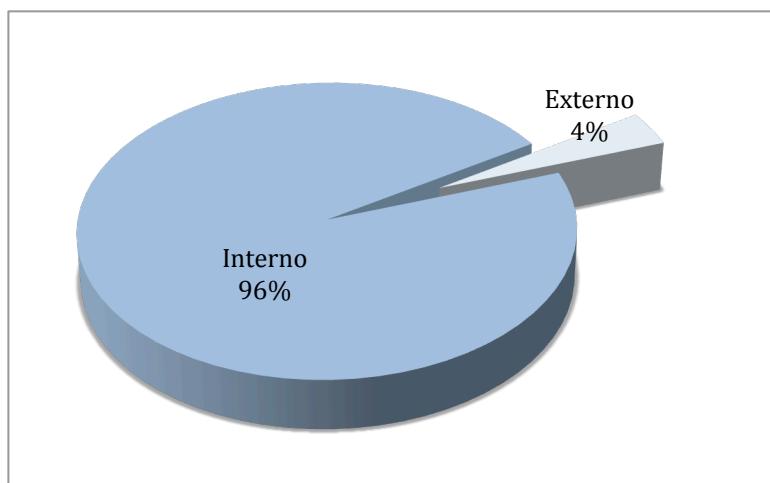
información en Facebook, Twitter, LinkedIn, además de indicar que te gusta la información en Facebook. El lector, además de lo anterior puede imprimir y enviar por correo electrónico la información publicada, así como guardar la información para su posterior lectura.

#### 4.3. Periódico La Voz

##### 4.3.1 Hipertextualidad

Según el análisis realizado al cibermedio Periódico La Voz dio como resultado que la estructura hipertextual es reticular. Se ubicaron en la portada 432 hipervínculos, de los cuales el 96% provienen de enlaces internos y el 4% conducen a otro sitio Web, como redes sociales y publicidad. En los nodos de las unidades informativas se encontró una media de 15 enlaces internos y 2 enlaces externos.

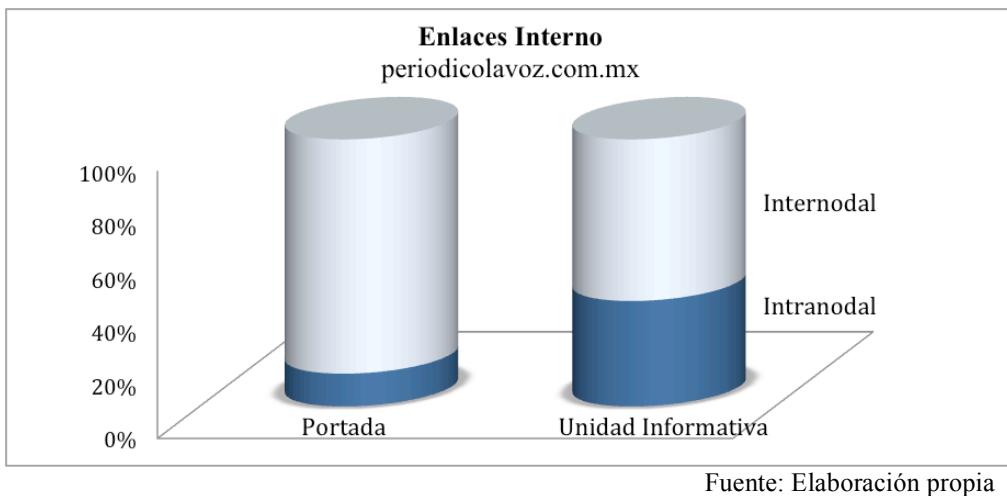
**Figura 20. Procedencia de los hipervínculos en la portada de periodicolavoz.com.mx.**



Fuente: Elaboración propia

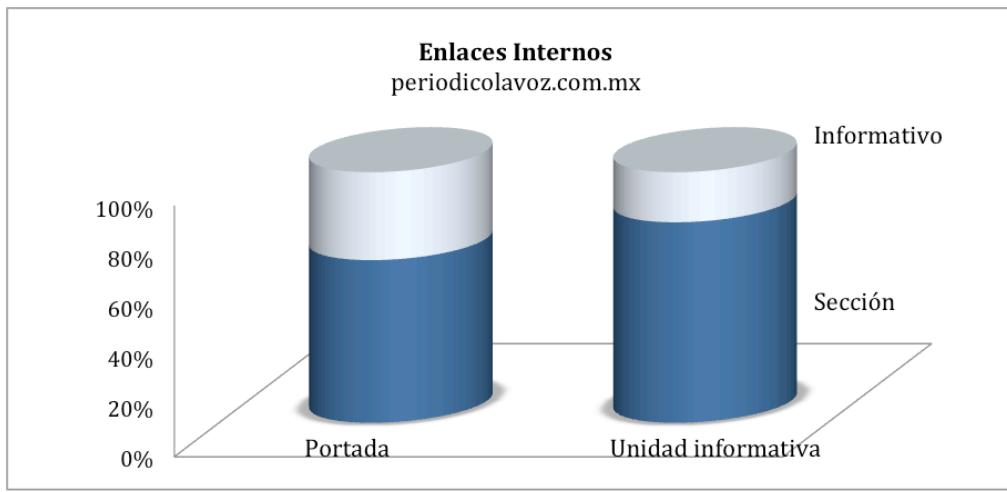
En relación con los enlaces internos de periodicolavoz.com.mx, el 88% son internodales y el 12% son intranodales; el 65% conducen a una sección y el 35% a una nota periodística. En los nodos de las unidades informativas el 61% de los hipervínculos son internodales y el 39% son intranodales; y a su vez el 80% conduce a una sección del menú del sitio Web y el 20% a una nota periodística.

**Figura 21. Enlaces internos en periodicolavoz.com.mx (intranodal e internodal).**



Fuente: Elaboración propia

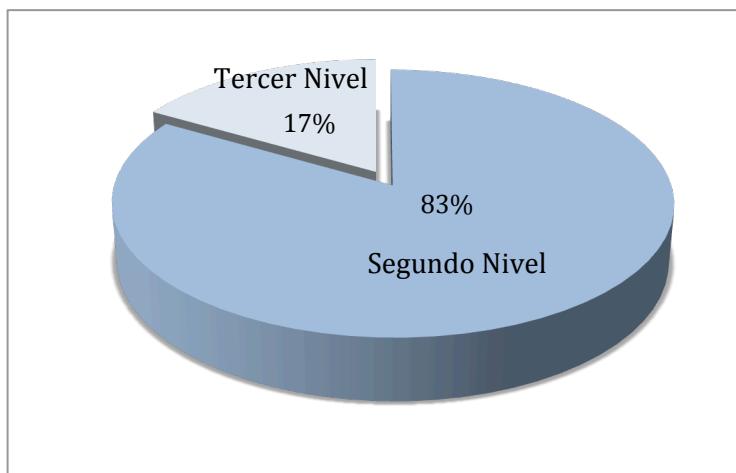
**Figura 22. Enlaces internos en periodicolavoz.com.mx (seccional e informacional).**



Fuente: Elaboración propia

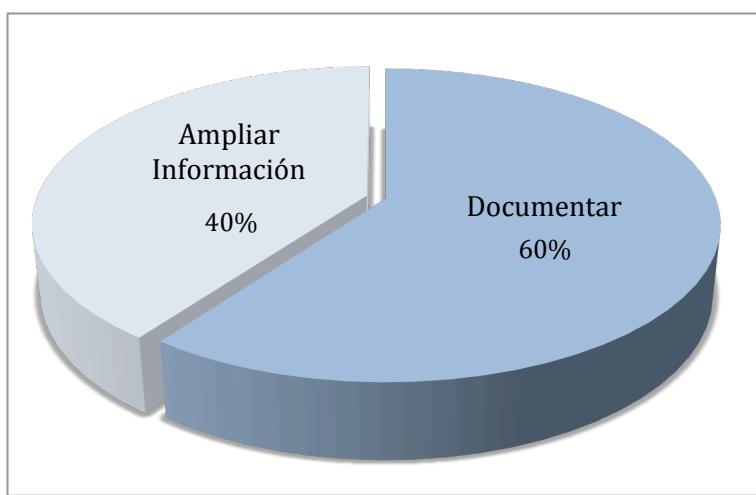
Las capas hipertextuales que utiliza el Periódico La Voz, en su sitio Web, es de un 83% en un segundo nivel y un 17% en un tercer nivel; de los hipervínculos que se ubican en el tercer nivel, el 60% busca documentar la nota periodística, mientras que el 40% ampliar la información.

**Figura 23. Niveles de Capas en periodicolavoz.com.mx.**



Fuente: Elaboración propia

**Figura 24. Capas: Tercer Nivel en periodicolavoz.com.mx.**



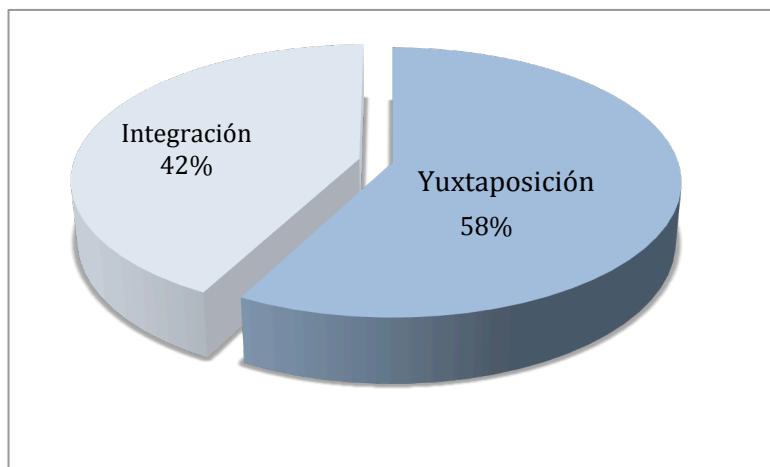
Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.2 Multimedialidad

En la portada de periodicolavoz.com.mx durante los tres días de análisis se encontraron 118 elementos multimedia, de los cuales 109 combinan texto con imágenes fijas, 9 conjugan texto, sonido e imagen en movimiento. En las unidades informativas todas presentaban elementos multimedialidad, con la composición de texto y fotografía, una de ellas integra además video y audio. En los nodos informativos se incluyen en promedio 5 hipervínculos con la combinación de texto e imagen. Del total de los componentes de multimedialidad el

58% es presentado por yuxtaposición y el 42% por integración, por medio de un slider o carrusel, en donde se van rotando las notas periodísticas. En las notas informativas el 100% es por yuxtaposición.

**Figura 25. Multimedialidad en la portada de periodicolavoz.com.mx.**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.3 Interactividad

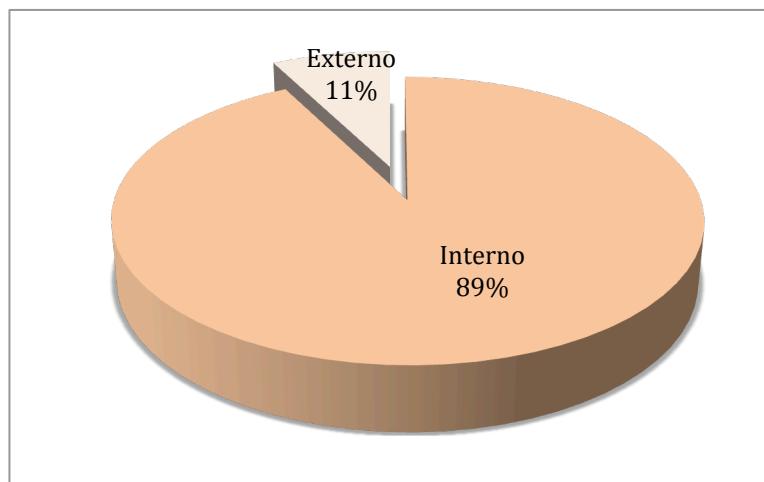
El periodicolavoz.com.mx, presentó las siguientes características de interactividad en el análisis realizado: su página de inicio tiene una interactividad de tipo básica, con una estructura interactiva del cibermedio fija. En los nodos de las unidades informativas es participativa porque permite realizar comentarios, la forma dialógica es simétrica, con una temporalidad sincrónica. No contiene elementos de contenidos 2.0. Los metacontenidos se limitan a las redes sociales Facebook y Twitter para acceder, para compartir la información, contiene la aplicación “Add This” en donde se concentran los servicios de redes sociales, mensajería móvil como WhatsApp y correo electrónico, para el envío de la información este servicio además permite imprimir la nota informativa.

#### 4.4. El factor

##### 4.4.1 Hipertextualidad

El cibermedio [elfactor.com](http://elfactor.com) presenta una estructura hipertextual reticular. Se ubicaron en la portada 62 hipervínculos, de los cuales el 89% provienen de enlaces internos y el 11% conducen a un sitio Web externo, como redes sociales y publicidad. En los nodos de las unidades informativas se encontró una media de 5 enlaces internos y 1 enlace externo.

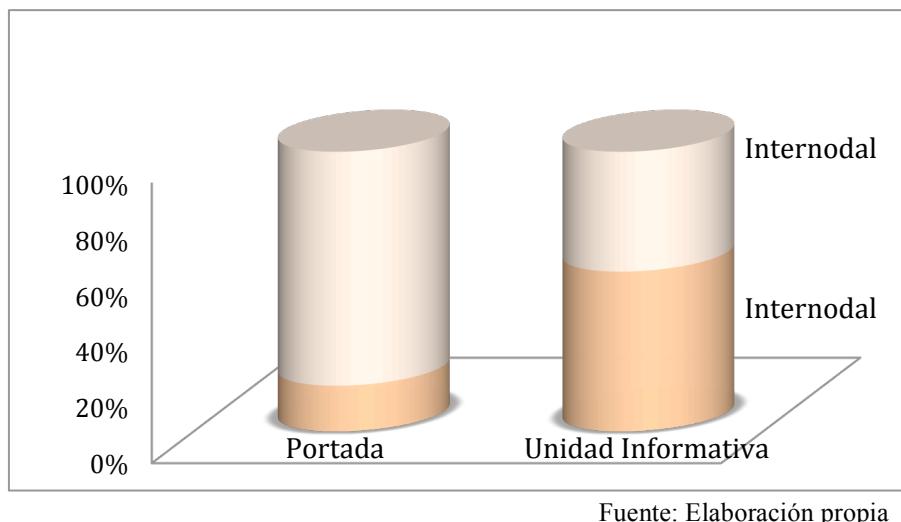
**Figura 26. Procedencia de los hipervínculos en la portada de [elfactor.com](http://elfactor.com).**



Fuente: Elaboración propia

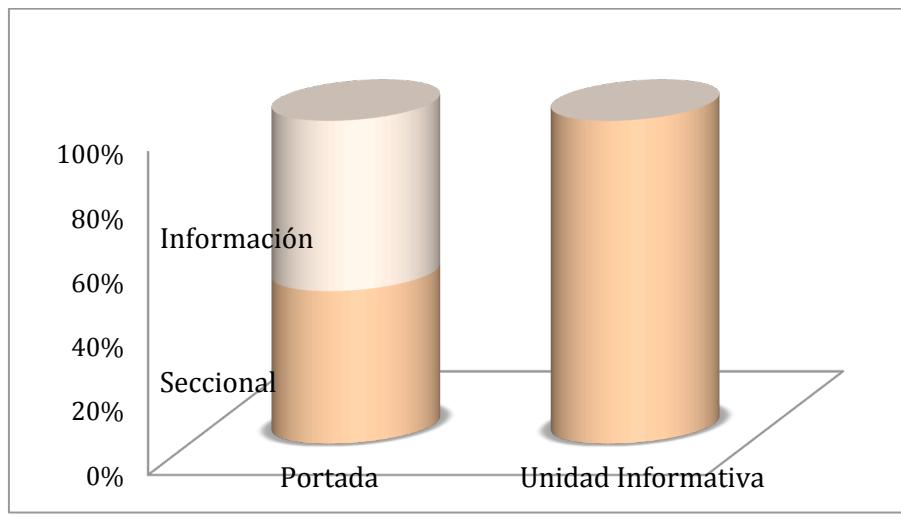
En relación con los enlaces internos en la portada de [elfactor.com](http://elfactor.com), el 84% son internodales y el 16% son intranodales, en los nodos de las unidades informativas el 57% conducen a otro nodo y el 43% el enlace es en mismo nodo. Los hipervínculos en la portada el 47% provienen de una sección y 53% de una nota periodística, por su parte, en las unidades informativas el 100% conducen a las secciones del menú de la Web.

**Figura 27. Enlaces internos en elfactor.com (intranodal e internodal).**



Fuente: Elaboración propia

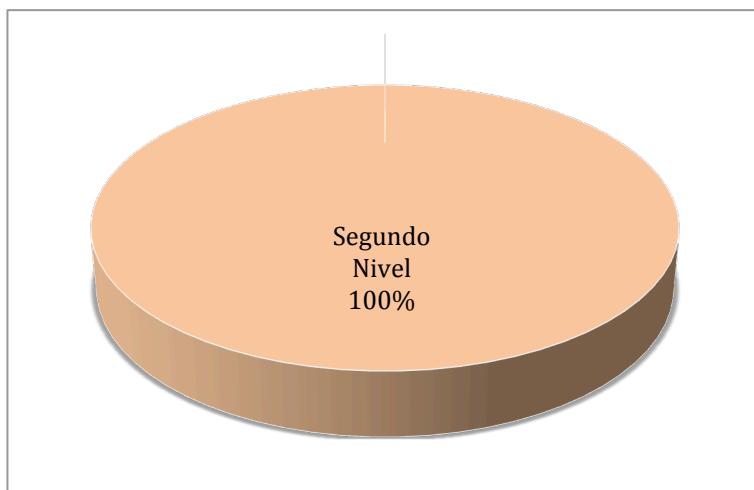
**Figura 28. Enlaces internos en elfactor.com (seccional e informacional).**



Fuente: Elaboración propia

El 100% de las capas hipertextuales en elfactor.com son de segundo nivel. La información se presenta en la página de inicio, con el título y tres líneas de texto sobre la nota informativa, sobre el encabezado está el enlace que te conduce al nodo en donde se encuentra el desarrollo de la nota informativa.

**Figura 29. Niveles de Capas en elfactor.com.**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.4.2 Multimedialidad

En el cibermedio elfactor.com tanto en la portada como en los nodos de las unidades informativas, la multimedialidad se realiza a través de la combinación del texto con fotografías, y son presentadas en forma de yuxtaposición.

**Figura 30. Multimedialidad en la portada de elfactor.com.**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.4.3 Interactividad

En el análisis realizado al cibermedio [elfactor.com](http://elfactor.com), se encontraron las siguientes características de interactividad: su página de inicio tiene una interactividad de tipo básica, con una estructura interactiva del cibermedio fija. En los nodos de las unidades informativas es participativa, por medio de las redes sociales. No contiene elementos de contenidos 2.0. Los metacontenidos se limitan a las redes sociales Facebook y Twitter para acceder y compartir la información. Se puede imprimir la información y contiene un espacio de contacto con los administradores del sitio Web.

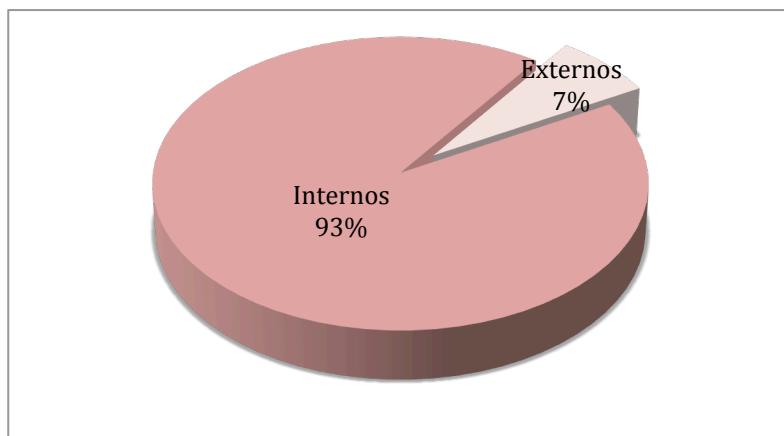
### 4.5 Zócalo Piedras Negras

#### 4.5.1 Hipertextualidad

El cibermedio [zocalo.com.mx](http://zocalo.com.mx) presenta una estructura hipertextual reticular, a partir de la portada se puede dirigir a otros nodos y desde cualquier nodo se puede conducir a otras noticias o secciones. Se ubicaron en la portada 650 hipervínculos, de los cuales el 93% provienen de enlaces internos y el 7 % de externos, de estos una parte corresponden a publicidad, a las redes sociales del cibermedio y a otros sitios Web del grupo Zócalo.

En los nodos de las unidades informativas se encontró una media de enlaces de 5 internos por día, sobre 7 enlaces externos con dirección a las redes sociales del periódico on-line y a los store apps para la adquirir la aplicación del cibermedio para los dispositivos móviles.

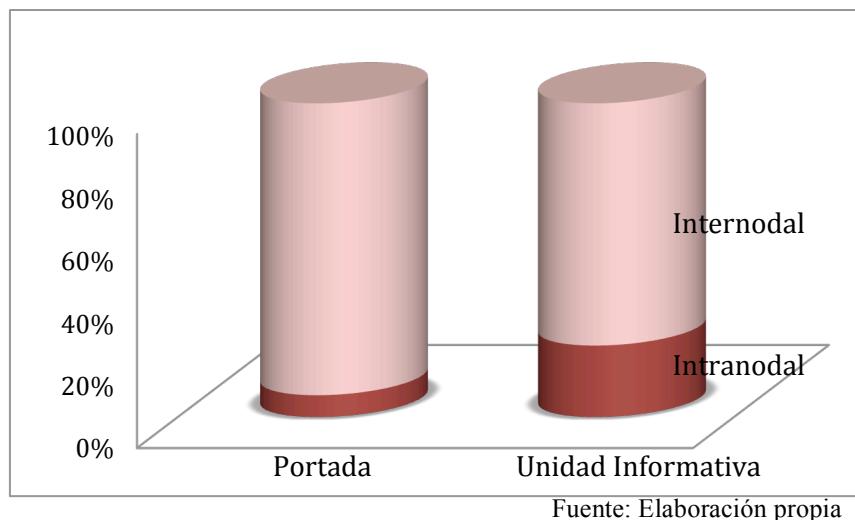
**Figura 31. Procedencia de los hipervínculos en la portada de [zocalo.com.mx](http://zocalo.com.mx).**



Fuente: Elaboración propia

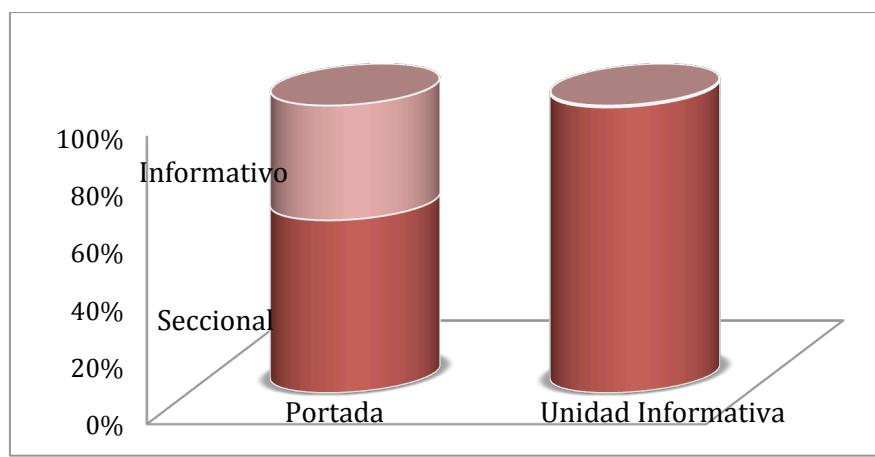
La procedencia de los enlaces internos en zocalo.com.mx, en la portada el 93% provienen de otros nodos y 7% son intranodales, es decir el vínculo está en el mismo nodo. El 56% conducen a una sección y el 44% a una nota periodística. En las unidades informativas el 77% son internodales y el 23% restante intranodales. 99% de estos hipervínculos tienen su origen alguna sección del cibermedio y solo el 1 % conducen a una nota informativa.

**Figura 32. Enlaces internos en zocalo.com.mx (intranodal e internodal)**



Fuente: Elaboración propia

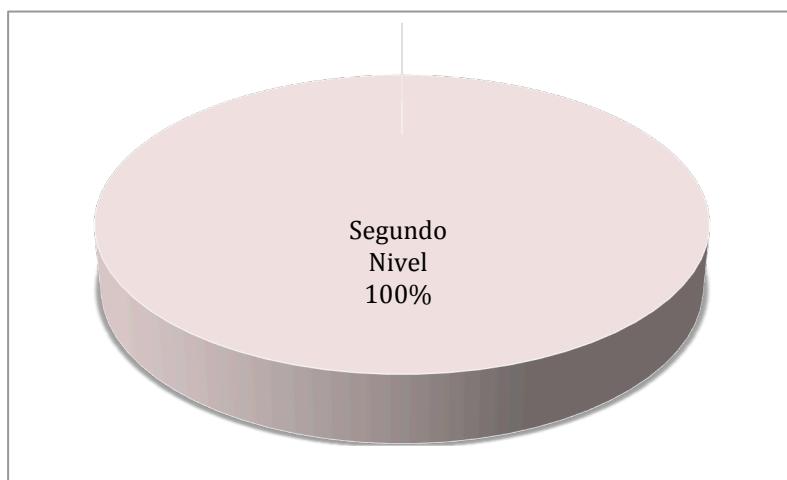
**Figura 33. Enlaces internos en zocalo.com.mx (seccional e informacional)**



Fuente: Elaboración propia

El uso de los enlaces en las unidades informativas permite profundizar en los contenidos presentados en el cibermedio, en zocalo.com.mx el 100% se ubica en un segundo nivel de capas, es decir, en la portada presenta un avance de la información por medio del título y en otro nodo realiza el desarrollo de la información.

**Figura 34. Niveles de Capas en zocalo.com.mx**

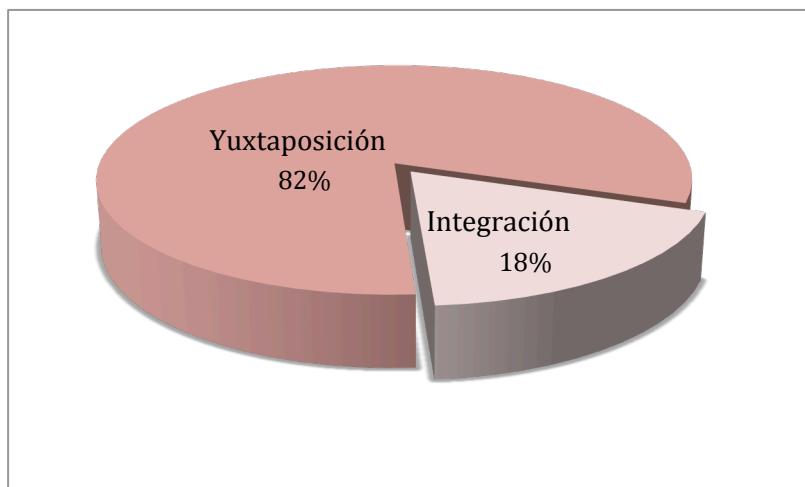


Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.2 Multimedialidad

En la página de inicio de zocalo.com.mx se encontraron 38 elementos de multimedia, en todos se combina el texto con algún otro recurso, en 20 con fotografía y 18 lo integran con audio y video. El 82 % de la conjunción de los elementos es por medio de yuxtaposición y el 18% por integración. En las unidades informativas, todas presentan multimedialidad, en 24 combinan texto y fotografía y en 6 notas periodísticas conjuga texto, fotografía, video y audio. El total de los recursos multimedia se presentan por yuxtaposición.

**Figura 35. Multimedialidad en la portada de zocalo.com.mx**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.3 Interactividad

De acuerdo con los datos recopilados en las fichas de análisis, dan como resultado que el cibermedio zocalo.com.mx, tiene las siguientes características de interactividad: utiliza en su página de inicio una interactividad de tipo básica, el usuario interactúa con el medio al seleccionar los enlaces por donde va a navegar; los nodos de las unidades informativas permiten la participación del usuario por medio de comentarios. La estructura del cibermedio solo permite cambios del autor o administrador, por lo que se considera que es fija. La forma dialógica es simétrica, los comentarios en las notas informativas, son posibles con la cuenta de Facebook, todos los usuarios pueden comentar entre ellos. La temporalidad es sincrónica. No contiene elementos de contenidos 2.0. Los metacontenidos se emplean por medio de las redes sociales, que permiten darse de alta, compartir la información, en los diferentes espacios que cuenta en la red, además de indicar que te gusta la información en Facebook. El lector, además de lo anterior puede imprimir y enviar por correo electrónico la información publicada.

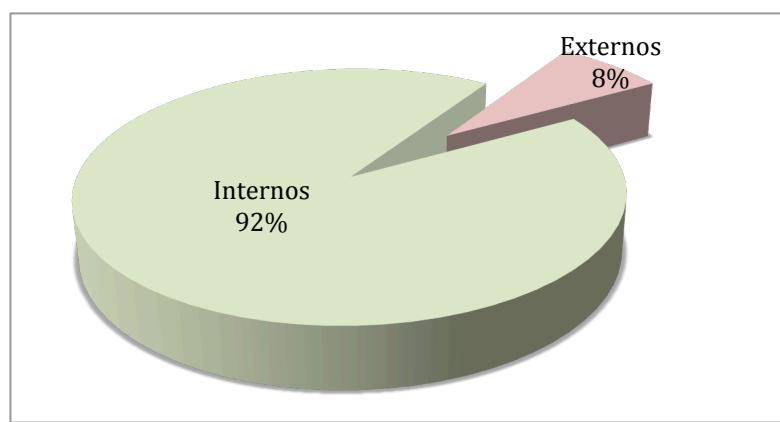
## 4.6 Características de Ciberperiodismo en Coahuila

El análisis de los principales cibermedios en el Coahuila, México permitió conocer sus características y el uso e incorporación de las herramientas de la Web 2.0, es específico el uso del hipertexto, la interactividad y la multimedia por estos medios.

### 4.6.1 Hipertextualidad

Los principales cibermedios de Coahuila presentan una estructura hipertextual reticular, la estructura de los enlaces forma una telaraña, a partir de la portada se puede dirigir a otros nodos, y desde cualquier nodo se puede conducir a otras noticias o secciones. En total se ubicaron en las portadas 2,591 hipervínculos, de los cuales el 92% provienen de enlaces internos y el 8% de externos, de estos una parte corresponden a publicidad, a otros sitios Web del grupo empresarial al que pertenecen y otra parte a las redes sociales que cuentan los diarios on-line analizados. Vanguardia es quien tiene más número de vínculos en la portada y El Factor es quien menos enlaces emplea en la página de inicio.

**Figura 36. Procedencia de los hipervínculos en la portada de los cibermedios en Coahuila, México.**

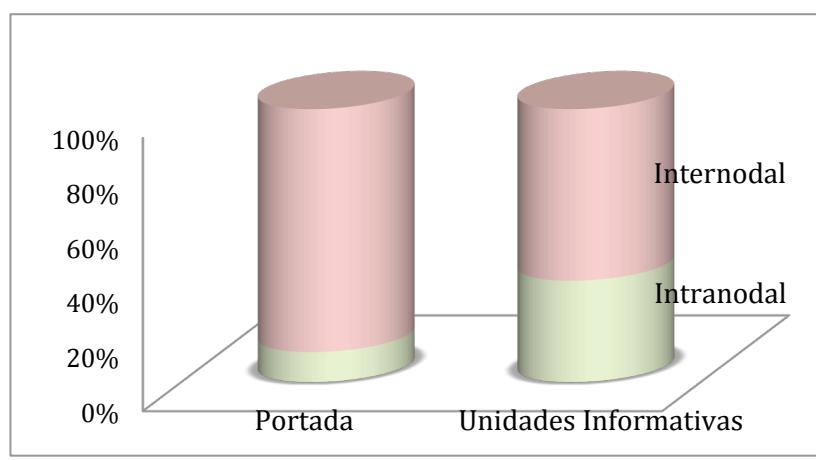


Fuente: Elaboración propia

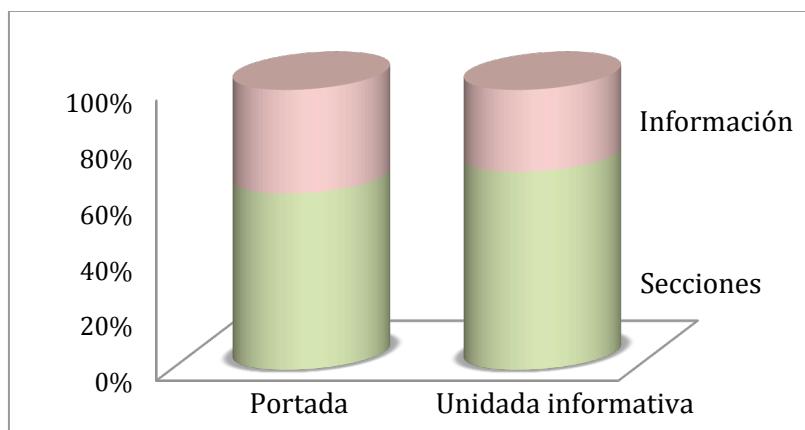
En los nodos de las unidades informativas se encontró una media de enlaces de 18 internos por día, sobre 5 enlaces externos con dirección a las redes sociales del cibermedio principalmente. Vanguardia es quien mas hace uso de enlaces en sus unidades informativas.

La procedencia de los enlaces internos en los cibermedios de Coahuila, en la portada el 89% proviene de otros nodos y 11% son intranodales, es decir el vínculo está en el mismo nodo. El 63% conducen a una sección del sitio Web y el 37% a una nota periodística. En las unidades informativas el 63% son internodales y el 37% restante intranodales. El 71% de estos hipervínculos tienen su origen alguna sección del cibermedio, y solo el 29% conducen a una nota informativa.

**Figura 37. Enlaces internos en los cibermedios de Coahuila, México (intranodal e internodal)**



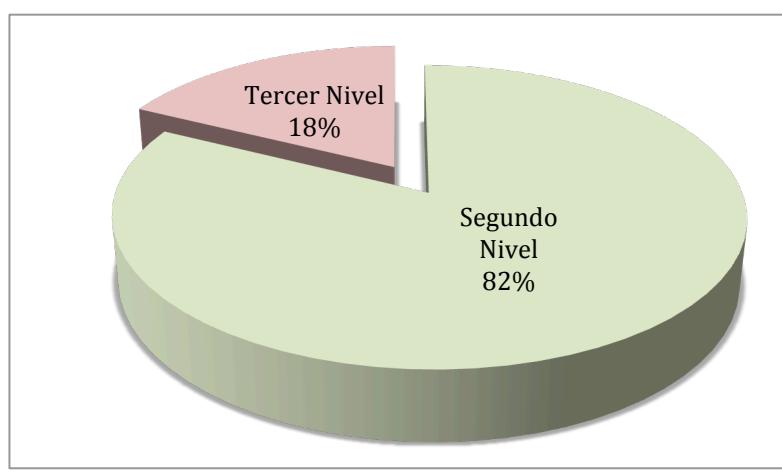
**Figura 38. Enlaces internos en los cibermedios de Coahuila, México (seccional e informacional)**



Fuente: Elaboración propia

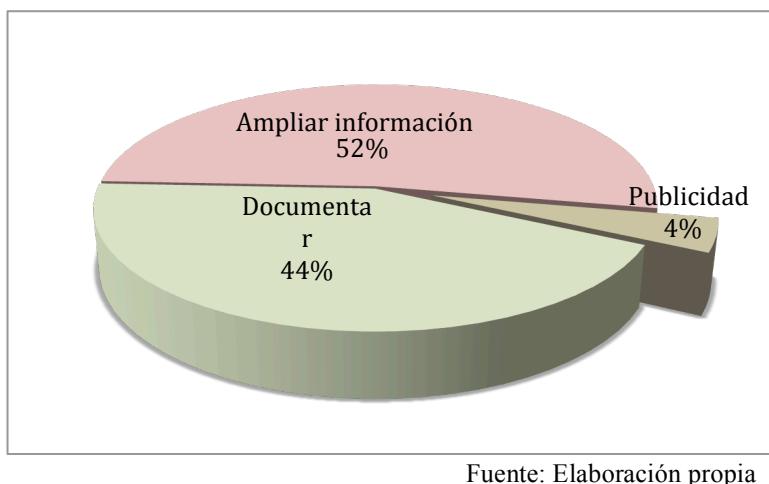
El uso de los enlaces en las unidades informativas permite profundizar en los contenidos presentados en el cibermedio, en los periódicos on-line analizados de Coahuila el 82% utiliza el segundo nivel de capas, es decir en la portada presenta un avance de la información por medio del título y en otro nodo realiza el desarrollo la información. Mientras que 18% usa un tercer nivel, que además de los dos niveles usa uno más para profundizar en los contenidos, Vanguardia, Milenio Laguna y La Voz de Monclova son quienes utilizan este recurso hipertextual, el 52% busca ampliar la información, el 44% guían al lector hacia información de contexto, y un 4% lo utilizan con fines publicitarios.

**Figura 39. Niveles de Capas en cibermedios de Coahuila, México**



Fuente: Elaboración propia

**Figura 40. Capas: Tercer Nivel en cibermedios de Coahuila, México**

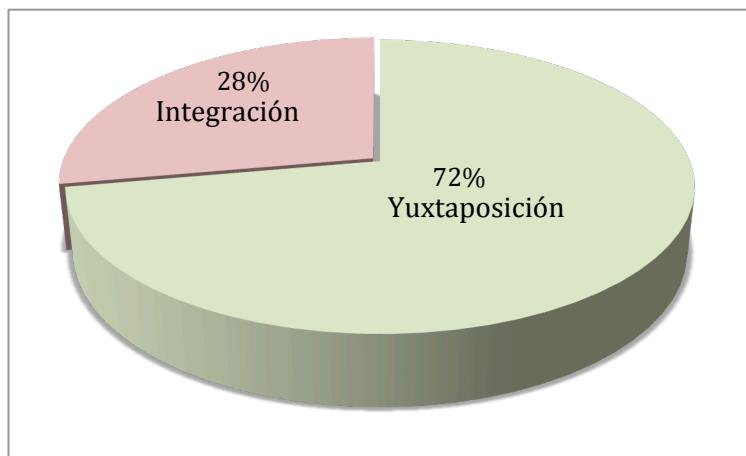


Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.2 Multimedialidad

En la página de inicio de los principales periódicos on-line de Coahuila se encontraron 453 elementos de multimedialidad, el texto y la fotografía son los elementos que más se utilizan, en 357 combinaciones; seguido del texto, video y audio, en 96 momentos. El 72% de la conjunción de los elementos es por medio de yuxtaposición y el 28% por integración. La Voz de Monclova es el cibermedio que más hace uso de la multimedialidad por integración por el uso de carrusel para la presentación de las notas informativas. En los nodos de las unidades informativas, se contabilizaron 377 elementos de multimedialidad, la combinación de texto y fotografía son las más utilizadas, en 359 ocasiones texto y fotografía, Milenio Laguna y La Voz de Monclova son quienes más hacen uso de este recurso; el uso de texto, video y audio lo utilizaron los cibermedios Vanguardia, Milenio Laguna y Zócalo Piedras Negras; este último es el único que conjuga 4 elementos multimediales en una nota informativa, en 6 ocasiones conjuga texto, fotografía, video y audio. Del total de los recursos multimedia, todos se presentan por yuxtaposición.

**Figura 41. Multimedialidad en la portada de los cibermedios en Coahuila, México.**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.3 Interactividad

Los cibermedios más importantes en Coahuila, tienen las siguientes características de interactividad: La mayoría utiliza en su página de inicio una interactividad de tipo básica, en donde el usuario interactúa con el medio al seleccionar los enlaces por donde va a navegar; sólo Vanguardia cuenta con un espacio para la creación de contenidos, por lo que se considera de tipo participativa.

En los nodos de las unidades informativas, El Factor utiliza una interactividad Básica, el resto permiten la participación del usuario por medio de comentarios en sus notas periodísticas, por lo que se consideran de tipo participativa.

Todos los cibermedios utilizan una estructura fija en donde solo el autor o administrador del sitio Web puede realizar cambios. La forma dialógica es simétrica, en la Voz de Monclova y Zócalo de Piedras Negras, permite los comentarios en las notas informativas por medio de la cuenta de Facebook y los usuarios pueden comentar entre ellos. En cambio, Vanguardia y Milenio Laguna utilizan un registro propio y los comentarios son evaluados para su publicación, constituyendo una forma dialógica asimétrica.

El uso de los contenidos 2.0 que se realiza en la portada de los cibermedios, es con el empleo del lector RSS y la adaptabilidad del servicio para los dispositivos móvil, Vanguardia, Milenio Laguna y Zócalo Piedras Negras son los que utilizan este recurso. En el tema de los metacontenidos solo Vanguardia emplea las etiquetas para almacenar y facilitar la localización de la información, el etiquetado de la información es realizado por el administrador del sitio, no por el usuario. El manejo las redes sociales permite darse de alta en sus cuentas, compartir la información, en los diferentes espacios que cuenta en la Red, además de indicar que te gusta la información en Facebook. Otro elemento de interactividad que cuenta cibermedios es la posibilidad de imprimir y enviar por correo electrónico la información publicada.

## 5. Conclusiones

### 5.1. Conclusiones del Trabajo Final de Máster

El desarrollo del ciberperiodismo en el estado de Coahuila, México, es una realidad. Si bien no todos los municipios coahuilenses cuentan con algún cibermedio local, en todas las regiones que conforman la entidad existe por lo menos un periódico on-line al servicio de la población. Por lo cual se considera al ciberperiodismo como una opción informativa que existe en este territorio de México.

El análisis de los principales cibermedios de Coahuila, permitió conocer el uso que realizan de las herramientas de la Web 2.0, la manera en que aplican las características expresivas del ciberperiodismo, de tal manera que se logró identificar las debilidades y fortalezas con que cuentan estos diarios on-line.

En una aproximación general, los cibermedios están en una etapa de desarrollo, han incorporado las características expresivas de hipertextualidad, interactividad y multimedialidad, pero es evidente la falta de uso de las diferentes tipologías que integran estas características.

Los cibermedios en Coahuila trabajan con estructuras básicas y fijas, con poca interacción del usuario para la creación de contenidos, no cuentan con los espacios suficientes para el desarrollo de la participación directa de los lectores.

El uso de la hipertextualidad en los cibermedios de Coahuila da la posibilidad al usuario de nuevas formas de consumo de la información periodística, permiten al lector elegir las rutas y el orden de examinar los contenidos en el sitio Web, pero no explotan las posibilidades que ofrece esta característica, que consiste en interconectar los diferentes textos digitales con el fin profundizar en la información. En sus notas informativas no logran integrar una narrativa hipertextual, desarrollan una redacción lineal, los componentes no están integrados, se presentan de forma aislada.

La utilización de los hipervínculos se realiza con el fin de explorar el cibermedio, conocer sus secciones y las notas informativas que presentan.

La multimedialidad se emplea en todo los cibermedios analizados, pero no explotan los potenciales que ofrece, el uso de esta característica está limitado al uso de la combinación de los elementos de fotografía con el texto, y en pocas ocasiones utilizan el vídeo. No toman en cuenta otras opciones digitales que pueden contribuir a la realización de productos más atractivos y dinámicos.

La interactividad utilizada en los cibermedios de Coahuila se caracteriza por una interacción básica, en donde el usuario puede navegar por el sitio Web, son pocas las posibilidades de creación de contenidos, solo se concreta a la recepción de comentarios, los cuales en ocasiones son condicionados por un registro o por criterios del administrador para su publicación.

El uso de contenidos 2.0 y de metacontenidos es muy pobre, dan pocas posibilidades de interacción al usuario, hacen uso de patrones preestablecidos de interacción, que hace monótona la práctica.

Los cibermedios del estado de Coahuila deben de aplicar las herramientas, plataformas y recursos de la Web 2.0, tienen una amplia área de oportunidad hay que trabajar en la adquisición de competencias y estar preparados para enfrentar los desafíos del ciberperiodismo planteados por Santiago Tejedor (2008) como son los constantes cambios derivados por las tecnologías, los cambio en las rutinas productivas, las multiples posibilidades de creación de mensajes, explotar todas las oportunidades que ofrece internet y el desarrollo de los cibermedios con espacios abiertos, horizontales e interactivo.

El ciberperiodismo en el estado de Coahuila tiene la posibilidad de hacer uso de la hipertextualidad tanto para profundizar en las notas informativas como para definir la ruta de navegación, a forma de propuesta deben de continuar con la estructura reticular, que permita el libre navegación por el sitio, incluir información con al menos el tercer nivel en las capas hipertextuales, lo que aportaría más información e iniciaría en una narrativa hipertextual más profunda. En cuanto a los enlaces hacer uso de los cuatro tipos como son documentar, ampliar, actualización y de definición de la información.

En la multimedialidad lo ideal sería el uso del tipo por integración, un ejemplo es el uso de

las infografías, en donde se pueden conjugar varios elementos de multimedia, se crea una narrativa hipertextual y permite una interacción atractiva y con dinamismo. Existe otras opciones en el uso de la multimedia en el ciberperiodismo, hay que adaptarse a las nuevas posibilidades y superar la combinación tradicional del periodismo escrito, como le es texto y fotografía. Se propone el uso de por lo menos tres elementos para la integración de la multimedia, que puede ser fotografía, texto y otro elemento y así ampliar las posibilidades de uso.

El uso de la interactividad introdujo cambios en los modelos comunicativos, los usuarios tienen la posibilidad de crear mensajes, la propuesta de interacción para los cibermedios de Coahuila es el uso de una interactividad participativa, que motive la creación de contenidos por parte de los usuarios y no se limite en la selección de botones del menú. Existen elementos como foros, chats, blog, photoblogs, los audioblogs, los videoblog y la wiki que pueden contribuir a una interacción más eficaz. Hace necesario el uso de los contenidos 2.0 y de los metacontenidos para estar a la vanguardia en relación a la interacción.

Las redes sociales sin duda tienen una rol indispensable en la interacción con los usuarios y el medio, permite a los lectores compartir la información, lo que representa la divulgación de la información periodística. La propuesta es el uso de las redes sociales más participativa que no se limite a me gusta y compartir, una posibilidad es involucrar a los creadores de contenidos del cibermedio con los usuarios de las redes sociales.

Los cibermedios tienen una amplia área de oportunidad en la incorporación de las herramientas de las Web 2.0, tienen que trabajar en la adquisición de competencias y estar preparados para enfrentar a los desafíos del ciberperiodismo planteados por Santiago Tejedor (2008) como son los constantes cambios derivados por las tecnologías, los cambios en las rutinas productivas, las múltiples posibilidades de creación de mensajes, explotar todas las oportunidades que ofrece internet y el desarrollo de los cibermedios con espacios abiertos, horizontales e interactivos.

Los cibermedios de Coahuila presentan características muy similares, que quizás se puede interpretar como una muestra de competencia entre ellos, pese a que los medios se ubican en una zona geográfica específica, Internet permite que todos sean accesibles para cualquier

persona desde cualquier región del mundo, por lo tanto las características de cada uno son una referencia de donde provienen y los recursos con los que cuentan, aunque estén diseñados para un público en particular, el desarrollo de las herramientas web 2.0 y los contenidos deben atender también una escala global, porque al final de cuentas cualquiera puede acceder a ellos.

## 5.2. Futuras preguntas de investigación

Una vez realizado este trabajo de investigación y al conocer las características que guardan los cibermedios en Coahuila, surgen interrogantes que permitirán profundizar más en el estudio del ciberperiodismo en esta entidad mexicana. Las preguntas de investigación son las siguientes:

¿Los cibermedios de Coahuila cuentan con las posibilidades presupuestales y tecnológicas para la incorporación de las características de la Web 2.0?

¿Los periodistas cuentan con competencias mediáticas y digitales para el desempeño y uso de las herramientas digitales de la Web 2.0?

¿Los usuarios cuentan con competencias mediáticas y digitales para el desempeño y uso de las herramientas digitales de la Web 2.0?

¿La influencia de los contenidos las redes sociales en la selección de los temas de los cibermedios?

## 6. Bibliografía

ABYZ News Links, (2015) Coahuila Periódicos Diarios Noticias. Recuperado en 25 de mayo 2015, en [www.abyznewslinks.com/mexiccaes.htm](http://www.abyznewslinks.com/mexiccaes.htm).

ALEXA (2015) Ranking de los sitios Web. Recuperado el 16 de marzo de 2015 de <http://www.alexa.com/siteinfo?q=>

ÁLVAREZ, J. Y PARRA, D. (2004) Ciberperiodismo: Periodismo especializado. Madrid: Editorial Síntesis.

AMIPCI (2015) Asociación Mexicana de Internet. Recuperado el 20 de mayo de 2015 de [https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI\\_HABITOS\\_DEL\\_INTERNAUTA\\_MEXICANO\\_2015.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_2015.pdf)

ARGUDÍN, Y. (1987). Historia del periodismo en México. Desde el virreinato hasta nuestros días. Ed. Panorama. México.

ARRUTI, M. y FLORES, J. (2001), Ciberperiodismo, nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital. México, D.F.: Limusa.

BARRIOS, A. (2013) El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades , Tesis para optar al grado de Doctor , Santiago Compostela: USC

CABRERA, M. (2000). La prensa on-line: los periódicos en la www. Barcelona: Comunicación Global.

CARABAZA, J. y EWALD, I. (1992) Historia de los Medios de comunicación en Coahuila, Saltillo: UA de C.

CARABAZA, J. y RECIO C. (2008) Voces, textos e imágenes, hacia una historia de los medios de comunicación en Coahuila. Saltillo: UA de C

CIRT (2015) Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión. Recuperado el 11 de junio de 2015 de <http://www.cirt.com.mx/portal/index.php/cirt/2-cirt/556-mapas-emisoras>.

COAHUILA (2015) Gobierno de Coahuila. Conoce Coahuila. Recuperado el 22 de marzo de 2015 de <http://coahuila.gob.mx/>

CROVI, D. TOUSSAINT, F. y TOVAR A. (2006) Periodismo Digital en México. México: UNAM

COROMINAS, O. (2011) Las Técnicas Digitales de Investigación. En VILCHES L. (ed.) La investigación en comunicación, Métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Gedisa Editorial.

CEBRIAN, M. (2010) Desarrollo del periodismo en Internet. Zamora: Comunicación Social Ediciones y publicaciones.

CHAIN, C. y MÁS, A. (2007) Metacontenidos de los sistemas Webs de los ayuntamientos españoles. *Revista de Anabad Murcia*. 7, 29-44

DE LA BROUYERE, J. Investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa. Recuperado el 10 de febrero de 2015 en [http://dataoteca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104\\_EXE/leccin\\_6\\_investigacin\\_\\_exploratoria\\_descriptiva\\_correlacional\\_y\\_explcativa.html](http://dataoteca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin__exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explcativa.html)

DEL BARRIO, E. (2013) Interactividad y participación en los medios adaptados para tabletas: las posibilidades del periodismo 3.0. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 19. 35-44, recuperado el 25 de mayo de 2015 de [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.41959](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.41959)

DEL RIO, O, (2011) El proceso de investigación: etapas y planificación de la investigación. En VILCHES, L. (Ed) La investigación en comunicación. Métodos y Técnicas en la era digital. Barcelona: Gedisa Editorial

DÍAZ, J. y SALAVERRÍA, R. (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel.

DÍAZ, P., CATENAZZI, N. y AEDO, I. (1996): De la multimedia a la hipermedia. Madrid: Ra-Ma.

DOMÍNGUEZ, E. (2012) Medios de Comunicación Masiva. Tlalnepantla: Red Tercer Milenio

ESQUIVEL, J. (2003). El Norte, líder sin competencia. Monterrey : Cerdá Ediciones.

FAVARRETO, C. (2013) La evolución de los ciberdiarios deportivos en el escenario de la Web 2.0 El caso español (AS, Marca, Mundo Deportivo y Sport). Barcelona: UAB

FLORES, J. y AGUADO G. (2005) Modelos de Negocios en el ciberperiodismo. Madrid: Fragua

HERNÁNDEZ, M. (2004). Mirada sociológica al periodismo mexicano. *Revista Mexicana de Comunicación*, (89) 31-37.

GAYOSSO, B. (2003) Cómo se conectó México a Internet. *Revista digital Universitaria*. 4, Recuperado el 22 de mayo de 2015 de [www.revista.unam.mx/vol4/num3/art5/art5.html](http://www.revista.unam.mx/vol4/num3/art5/art5.html).

GÓMEZ, R. y SOSA-PLATA, G. (2011) Los medios digitales: México. Un informe publicado por Open Society Foundations. London: Open Society Foundations.

INEC (2007) El sector eléctrico en el mundo y en México. Instituto Nacional de Ecología. Recuperado el 05 de junio de 2014 de <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/496/cap1.html>.

INEGI (2010) México en Cifras, Información Nacional, por entidad federativa y municipios. Población total 2010. Recuperado el 20 de diciembre de 2015 de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=5>

INEGI (2014) Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los hogares, 2013. México: INEGI.

ITU (2014) Unión Internacional de Telecomunicaciones. Recuperado el 25 de mayo de 2015 de [http://www.itu.int/net/pressoffice/press\\_releases/2014/23-es.aspx#.VYgoVRPtmkr](http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2014/23-es.aspx#.VYgoVRPtmkr)

ISLAS, O. (2011) Los primeros años de Internet en América Latina. *Revista Electrónica Razón y Palabra*. 76. Recuperado el 2 de junio de 2015 de [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

KIOSKO. NET (2015), Coahuila, recuperado el 25 de mayo de 2015, en <http://kiosko.net/mx/geo/Coahuila.html>.

KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. ( 2012) Los elementos del periodismo, todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar. ( Diéguez, A. Trad.) Madrid: Santillana Ediciones Generales, S. L.

KÜSTER, I. y HERNÁNDEZ, A. (2013) De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la Web semántica . *Universia Business Review*, 37. 104-119 .

LÓPEZ, X. (2008) Ciberperiodismo en la proximidad. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y publicaciones.

LÓPEZ, X. (2010) La metamorfosis del periodismo, Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio. Zamora: Comunicación Social S.C.

LOS SANTOS, A., NAVA, M. y GODOY, D. (2009) Web 3.0 integración de la Web semántica y la Web 2.0. Recuperado el 03 de junio de 2015 de <http://www.albertolsa.com/?p=242>.

MULTIMEDIOS (2014) La noticia en todos los aspectos. Recuperado el 01 de junio de 2015 de <http://multimedios.com/editorial.html>.

NAFRÍA, I. (2007), Web 2.0 El usuario el rey del Internet. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

NAVARRO, L. (2003) El periodismo on-line en México. *Razón y palabra*. 30. Recuperado el 15 de abril de 2015 de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n30/lnavarro.html>

NAVARRO, L. (2004) 1994-2004: Diez años del periodismo on line. Desde las primeras experiencias hasta el éxito de algunos medios y el fracaso de la mayoría. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 10, 159-174.

NAVARRO, L. (2011) Orígenes del Ciberperiodismo. *Correspondencia & Análisis*. 1, 49-64.

PNMI (2015) Padrón Nacional de Medios Impresos. Recuperado el 01 de febrero de 2015 de <http://pnmi.segob.gob.mx>.

PALACIOS, M. y DÍAZ, N. (2007) Ciberperiodismo: métodos de investigación, una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Bilbao: Universidad del País Vasco.

PALOMO M. (2004) El periodismo *on line*: de la revolución a la evolución. Sevilla: Comunicación Social.

PEREIRA, X. (2006) La presencia gráfica del sistema. En López, X. Sistemas digitales de Información. Madrid: Pearson Educación.

PRESA ESCRITA (2015). Periódicos de Coahuila. Recuperado el 25 de mayo 2015, en [www.prensaescrita.com/america/coahuila.php](http://www.prensaescrita.com/america/coahuila.php).

RUPÉREZ, P. (2007) Reflexiones en torno a una historia del periodismo digital, en García, A., y Rupérez P. (eds.), Aproximaciones al periodismo digital. Madrid: Dykinson S.L.  
Restrepo, J. (2008) Internet para todos. Nueva York: Vintage.

REA. (2015) Real Academia de la Lengua. Recuperado el 10 de abril de 2015 de <http://lema.rae.es/drae/?val=Internet>

RODRIGUEZ, A. (2007). Iniciación a la red Internet, Concepto, Funcionamiento, servicio y aplicaciones de Internet. Vigo: Ideaspropias Editorial.

RONDA, R. y RODRÍGUEZ, K. (2006) La Web como sistema de información. *Revista Cubana de los profesionales de la Información y de la Comunicación Salud*, 14(1). Recuperado el 03 de junio de 2015, de [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14\\_1\\_06/acisu106.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14_1_06/acisu106.htm)

SALAVERRÍA, R. (2005). Redacciones periodísticas en Internet. Navarra: EUNSA

SALAZAR, J. (2011) Estado actual de la Web 3.0 o Web semántica. *Revista Digital Universitaria*. 12(11). Recuperado el 28 de mayo de 2015 en <http://www.revista.unam.mx/vol.12/num11/art108/index.html>

TASCÓN, M. (2012) Escribir en Internet, guía para los nuevos medios y las redes sociales. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

TEJEDOR, S. (2008) Ciberperiodismo y Universidad: diagnósticos y retos de la enseñanza del periodismo on-line, en Ciberperiodismo y Universidad: diagnósticos y retos de la enseñanza. *Analisi* 36, 25-39.

TOURAL, C., LIMIA, M. y LÓPEZ, X. (2013) Interactividad y participación en los cibermedios: una propuesta metodológica para la elaboración, registro y análisis de datos. *Actas del 2o Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*. 1, 187-204.

UNESCO (2013) Uso de las nuevas tecnologías mediáticas en la sociedad, A media and information literacy toolkit. Recuperado el 25 de noviembre de 2014 de <http://unescolearn-en.uk.cloudlogin.co/wordpress/w>.

VANGUARDIA (2014) Periódico Vanguardia. Recuperado el 11 de marzo de 2015 de <http://www.vanguardia.com.mx>

## Anexos

### Índice de Tablas

<b>Tabla I. Ficha de análisis de portada.</b>	<b>16</b>
<b>Tabla II. Ficha de análisis de nodos de unidad informativa.</b>	<b>17</b>
<b>Tabla III. Registro de Cibermedios en la Región Sureste, en el estado de Coahuila, México.</b>	<b>18</b>
<b>Tabla IV. Registro de Cibermedios en la Región Laguna, en el estado de Coahuila, México.</b>	<b>19</b>
<b>Tabla V. Registro de Cibermedios en la Región Centro, en el estado de Coahuila, México.</b>	<b>19</b>
<b>Tabla VI. Registro de Cibermedios en la Región Norte, en el estado de Coahuila, México.</b>	<b>19</b>
<b>Tabla VII. Registro de Cibermedios en la Región Carbonífera, en el estado de Coahuila, México.</b>	<b>20</b>
<b>Tabla VIII. Muestra de diarios on-line en Coahuila, México.</b>	<b>20</b>
<b>Tabla IX. Equivalencias entre Web 1.0 y 2.0.</b>	<b>26</b>

### Índice de Figuras

<b>Figura 1. Menú principal del teletexto de la señal de Televisión Española.</b>	<b>33</b>
<b>Figura 2. Estructura Unilineal.</b>	<b>37</b>
<b>Figura 3. Estructura Multilineal.</b>	<b>38</b>
<b>Figura 4. Estructura Arbórea.</b>	<b>38</b>
<b>Figura 5. Estructura Paralela.</b>	<b>39</b>
<b>Figura 6. Estructuras Reticulares.</b>	<b>39</b>
<b>Figura 7. Ubicación de Coahuila, México.</b>	<b>58</b>
<b>Figura 8. Procedencia de los hipervínculos en portada en vanguardia.com.mx.</b>	<b>67</b>
<b>Figura 9. Enlaces internos en vanguardia.com.mx (intranodal e internodal).</b>	<b>68</b>
<b>Figura 10. Enlaces internos vanguardia.com.mx (seccional e informacional).</b>	<b>68</b>
<b>Figura 11. Niveles de Capas en vanguardia.com.mx.</b>	<b>69</b>
<b>Figura 12. Capas: Tercer Nivel en vanguardia.com.mx.</b>	<b>69</b>
<b>Figura 13. Multimedialidad en la portada de vanguardia.com.mx.</b>	<b>70</b>
<b>Figura 14. Procedencia de los hipervínculos en la portada de milenio.com/laguna.</b>	<b>71</b>
<b>Figura 15. Enlaces internos en milenio.com/laguna</b>	

<b>(intranodal e internodal).</b>	<b>72</b>
<b>Figura 16. Enlaces internos en milenio.com/laguna (seccional e informacional).</b>	<b>72</b>
<b>Figura 17. Niveles de Capas en milenio.com/laguna.</b>	<b>73</b>
<b>Figura 18. Capas: Tercer Nivel en milenio.com/laguna.</b>	<b>73</b>
<b>Figura 19. Multimedialidad en la portada de milenio.com/laguna.</b>	<b>74</b>
<b>Figura 20. Procedencia de los hipervínculos en la portada de periodicolavoz.com.mx.</b>	<b>75</b>
<b>Figura 21. Enlaces internos en periodicolavoz.com.mx (intranodal e internodal).</b>	<b>76</b>
<b>Figura 22. Enlaces internos en periodicolavoz.com.mx (seccional e informacional).</b>	<b>76</b>
<b>Figura 23. Niveles de Capas en periodicolavoz.com.mx.</b>	<b>77</b>
<b>Figura 24. Capas: Tercer Nivel en periodicolavoz.com.mx.</b>	<b>77</b>
<b>Figura 25. Multimedialidad en la portada de periodicolavoz.com.mx.</b>	<b>78</b>
<b>Figura 26. Procedencia de los hipervínculos en la portada de elfactor.com</b>	<b>79</b>
<b>Figura 27. Enlaces internos en elfactor.com (intranodal e internodal).</b>	<b>80</b>
<b>Figura 28. Enlaces internos en elfactor.com (seccional e informacional).</b>	<b>80</b>
<b>Figura 29. Niveles de Capas en elfactor.com.</b>	<b>81</b>
<b>Figura 30. Multimedialidad en la portada de elfactor.com.</b>	<b>81</b>
<b>Figura 31. Procedencia de los hipervínculos en la portada de zocalo.com.mx.</b>	<b>82</b>
<b>Figura 32. Enlaces internos en zocalo.com.mx (intranodal e internodal).</b>	<b>83</b>
<b>Figura 33. Enlaces internos en zocalo.com.mx (seccional e informacional).</b>	<b>83</b>
<b>Figura 34. Niveles de Capas en zocalo.com.mx.</b>	<b>84</b>
<b>Figura 35. Multimedialidad en la portada de zocalo.com.mx.</b>	<b>85</b>
<b>Figura 36. Procedencia de los hipervínculos en la portada de los cibermedios en Coahuila, México.</b>	<b>86</b>
<b>Figura 37. Enlaces internos en los cibermedios de Coahuila, México (intranodal e internodal).</b>	<b>87</b>
<b>Figura 38. Enlaces internos en los cibermedios de Coahuila, México (seccional e informacional).</b>	<b>88</b>
<b>Figura 39. Niveles de Capas en cibermedios de Coahuila, México.</b>	<b>88</b>
<b>Figura 40. Capas: Tercer Nivel en cibermedios de Coahuila, México.</b>	<b>89</b>
<b>Figura 41. Multimedialidad en la portada de los cibermedios en Coahuila, México.</b>	<b>90</b>

## Anexo 1. Portada Vanguardia

**Ediciones:** GLOBAL | SALTILLO | TORREÓN | MONCLOVA | PIEDRAS NEGRAS | REGIÓN CARBONIFERA

25° 22 de Mayo de 2015

**VANGUARDIA**

PORADA OPINIÓN COAHUILA DEPORTES SOCIEDAD MUNDO MÉXICO NEGOCIOS ESPECTÁCULOS TECH ESTILOS CULTURA AUTOS CLASIFICADOS MÁS

AL DÍA: #clausura 2015 #elecciones 2015 #lluvias #chilapa #bullying

LO ÚLTIMO | FOTOS | VÍDEOS | TE RECOMENDAMOS

**tripadvisor** ¿Cuál es el hotel n.º 1 en Cancún? Averigualo

**COAHUILA** ¿Se destapan candidatos a gubernatura de Coahuila?

Apoyar a los más necesitados; prioridad para Jérico Abramo Massó

Buscan 143 coahuilenses ser consejeros electorales

**LLEVÁN EN**

- iPad >
- iPhone >
- BlackBerry >
- Android >
- Versión Móvil >
- V-Kiosco iPad >
- V-Kiosco iPhone >

**Pour la France!**

**OPINIÓN**

- Columnistas
- Cartones
- Políticos
- Estimada Ana

**COAHUILA**

- Saltillo
- Torreón
- Monclova
- Ramos Arizpe
- Carbonífera
- Fronteriza
- Política
- Seguridad

**DEPORTES**

- Fútbol
- Fútbol Americano
- Basquetbol
- Beisbol
- Tenis
- Motor
- Más Deportes

**SOCIEDAD**

- Consumo
- Empleos

**GALERÍAS** "JOSÉ, EL SONADOR" EN EL TEATRO DE LA CIUDAD

VIDEOS VERONICA ELIZONDO ORTIZ 115 visitas

**HOY EN COAHUILA**

**inmuebles24**

- Residencia de una sola planta en fraccionamiento... Recamaras 3 Baños 2 5.000.000\$M.N.
- RCV0963E-Amplias y seguras residencias al sur de la... Recamaras 3 Baños 2 1.850.000\$M.N.

**inmuebles24**

- Venta en colonia satélite sur, al poniente de la ciudad Recamaras 3 Baños 1 440.000\$M.N.
- RCV0963E-Amplias y seguras residencias al sur de la... Recamaras 3 Baños 2 1.850.000\$M.N.

**SARAPEROS**

**ZONA VERDE** Sigue las informaciones de Saraperos de Saltillo

**SANTOS**

**CLASIFICADOS**

Regístrate, anuncia y obtén resultados satisfactorios

**¡PÚBLICA TU ANUNCIO!**

En Vanguardia Clasificados también puedes Publicar Gratis

**LO ACTUAL**

LO ÚLTIMO MÁS LEÍDO MÁS COMENTADO

07:28 p.m. Asesinan y violan a menor de 13 años; borran evidencia con char

07:06 p.m. Mar de fondo se volverá a presentar en

## Anexo 2. Unidad Informativa Vanguardia.

MÉXICO - MÁS NOTICIAS

### SEP pone en línea contenidos para aspirantes a docentes

*La sección contiene los perfiles, parámetros e indicadores por cada perfil que se concursa*

POR: NOTIMEX · viernes, 22 de mayo del 2015

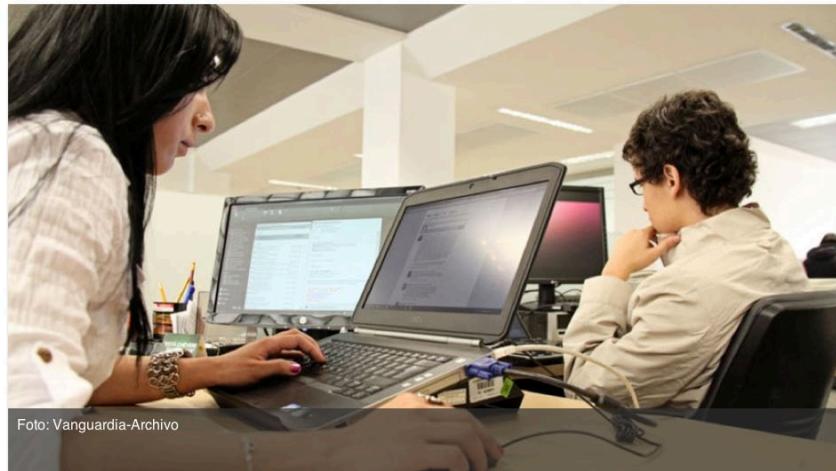


Foto: Vanguardia-Archivo

8  
COMPARTIDAS

[Facebook](#) [Correo](#) [Twitter](#)  
[+ Más...](#)

La Secretaría de Educación Pública (SEP) puso a disposición de los candidatos a docentes de enseñanza básica y media superior contenidos en línea que apoyarán a los sustentantes en los procesos de evaluación a realizarse a todo el país en junio y julio próximos.

En el portal en Internet del Servicio Profesional Docente, que se encuentra en [www.servicioprofesionaldocente.sep.gob.mx](http://www.servicioprofesionaldocente.sep.gob.mx), abrió la sección denominada Evaluación Docente. Recursos de apoyo, el cual ofrece acceso libre y permanente a materiales clave para las evaluaciones.

Estos fueron desarrollados con la participación de la Subsecretaría de Educación Media Superior, la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) , Radio Educación, el Tecnológico Nacional de México, la Universidad Abierta y a Distancia de México, y el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) .

En un comunicado, la SEP expuso como ejemplo que la sección contiene los perfiles, parámetros e indicadores por cada perfil que se concursa; las guías de estudio correspondientes, y un repositorio con material bibliográfico.

Además, estrategias para el autoestudio y un simulador de exámenes, para que los sustentantes se familiaricen con la plataforma tecnológica y el formato de reactivos que harán de contestar el día de la aplicación de los instrumentos de evaluación.

Este simulador presenta seis exámenes distintos, cada uno con 20 reactivos tipo y un listado de respuestas correctas, indicó.

Esta acción de fortalecimiento académico se enmarca en las responsabilidades que tiene la Coordinación Nacional del Servicio Profesional Docente de ofrecer condiciones de equidad y igualdad de oportunidades para que todos los sustentantes en los concursos de Ingreso y de Promoción.

Más noticias:

**MÉXICO**  
Sorprende halo solar a capitalinos

**MÉXICO**  
Próximamente 225 millones de mariposas monarca en 2020

**MÉXICO**  
Aristegui y MVS sin acuerdo: presenta la empresa demanda en su contra

[Me gusta](#) 1 [Tweet](#) 6 [S+1](#) 0 [Pin it](#)

0 Comentarios

Vanguardia: información con Valor

[Iniciar sesión](#)

[Recomendar](#)

[Compartir](#)

ordenar por el más nuevo



Comienza la discusión...

### Anexo 3. Portada Milenio Laguna

**macy's**  
FREE SHIPPING  
WITH \$99 PURCHASE  
U.S. prices & offers.

VIERNES, 22/05/15

INGRESAR REGISTRAR BUSCAR

Nuestra App ha mejorado para ti.  
MILENIO MÓVIL

IMPRESO MILENIO RADIOS MILENIO TV

MILENIO.COM

# LAGUNA

Política Firmas Estados Policía Internacional Negocios Cultura Tendencias Tribuna Milenio ¡Hey! La Afición

EL BUS DE LA SALUD  
EN PLAZA MAYOR DE TORREÓN  
Control y prevención de diabetes  
Pruebas rápidas de VIH Sida  
Mastografías  
SERVICIO GRATUITO  
Ayuntamiento de Torreón

FREE SHIPPING  
WITH \$99 PURCHASE  
U.S. prices & offers.

Tommy Hilfiger Abby Monogram Jacquard ...  
Sleek meets chic on this Tommy...  
\$118  
shop now

1 2 3 4 5

La Afición IR A AFICIÓN.COM  
Llega nuevo pitcher a la Novena Naranja BEISBOL

13 iCM  
DESLIMA TERCERA BIENAL INTERNACIONAL DEL CARTEL EN PESO  
THIRTY-THIRD INTERNATIONAL BIENAL OF THE POSTER IN PESO  
TREIZIÈME BIENNALE INTERNATIONALE DE L'AFFICHE EN PESO

MILENIO TELEVISIÓN  
VER EN VIVO  
CON HÉCTOR DIEGO MEDINA

LO MÁS LAGUNA  
Leído Comentado Enviado  
01 Aficionados de Santos y Chivas se enfrentan a golpes  
02 Policía muere atropellado en filtro antialcohol  
03 Clínica 16 viola derechos de Elias: Pronif Coahuilla  
04 Sancionan a aficionado por lanzar bomba de humo  
05 Segob y SEIDO buscan desaparecidos en La Laguna

EL BARULLO  
Trascendió NACIONAL Trascendió  
Así suenan las elecciones en las redes

MILENIO.COM

Moreira expone logros contra el crimen ante Colegio de la Defensa Nacional

Hizo referencia a la disminución en un 47% de los homicidios dolosos y robo de vehículos en un 55%, de enero a abril de 2015 con respecto al 2012.

Sancionan a aficionado por lanzar bomba de humo

Al final del partido entre Santos y Chivas la aventó, por lo que se aplicó la nueva reglamentación autorizada por Cabildo de Torreón.

NOTICIA Aficionados de Santos y Chivas se enfrentan a golpes

Diez colonias afectadas en Torreón por la 'chinche ojona'

Se trata de Joyas del Oriente, San Felipe, Villa California, Villas Zaragoza, Villas de la Joya, Veredas de la Joya, Ejido Nuevo Mieleras, Puerta Real, Las Aves, JR Mijares y La Noria.

Robo a casa y negocio incrementó en Saltillo

El alcalde Isidro López precisó que no hay fallas en seguridad, sino que ahora los delincuentes se mueven de zona por la instalación de cámaras de

## Anexo 4. Unidad Informativa Milenio Laguna

REGIÓN

# Por definir homenaje a Marine muerta en Nepal

En espera de la respuesta de los familiares se encuentra el Gobierno del Estado de Durango, donde Jorge Herrera Caldera reiteró el apoyo y dijo que serán respetuosos de la decisión que tomen.

0 Ir a comentarios  3  2  0  Compartir 5  0   

### Relacionadas

- [Noticia Siempre quiso ser 'marine': madre de mexicana fallecida en Nepal](#)
- [Noticia Mexicana murió en Nepal](#)

### Más de Región



**Mexicana murió en Nepal**



**Coahuila en alerta por 'La Flakka'**



**Policía pide a lesbianas irse de plaza por 'faltas a la moral'**



**Policía muere atropellado en filtro antialcohol**



Sara Medina, falleció en Nepal al estar participando en tareas humanitarias de la Marina estadounidense. (Especial)

**MILENIO DIGITAL**  
22/05/2015 12:39 PM

**Durango, Durango** • El Gobierno del Estado de Durango, espera conocer la decisión final de la familia de Sara Medina, quien falleciera en Nepal al estar participando en tareas humanitarias de la Marina estadounidense, para decidir si se le ofrecerá un homenaje o alguna otra ceremonia al momento de llegar a estas tierras.

El titular del ejecutivo, Jorge Herrera recordó que a través del Secretario General, Miguel Ángel Olvera, se ha mantenido comunicación permanente con la familia Medina y se ha ofrecido todo el apoyo, sin embargo, habrán de esperar a que tomen sus decisiones y las den a conocer al gobierno estatal.

"Vamos a estar pendientes para que sus familiares expresen cuál es su deseo, el secretario general de gobierno es el contacto con la familia y esperamos, somos respetuosos de la decisión de la familia", dijo.

**M**\* Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta página, mismo que es propiedad de MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.; su reproducción no autorizada constituye una infracción y un delito de conformidad con las leyes aplicables.

0 Ir a comentarios  3  2  0  Compartir 5  0   

## Anexo 5. Portada La Voz de Monclova



REGIÓNES ▾ 22 MAYO 2015 [f](#) [t](#) [s](#)

LOCAL NACIONAL MUNDO DEPORTES ESPECTÁCULOS SOCIALES FOTOS VIDEOS OPINIÓN SEGURIDAD SUPLEMENTOS

**Nacional**

## Convoy repele agresión en Michoacán; al menos 42 muertos

Hace 1 hora 46 mins

Legan policías para reforzar seguridad en Chiapas Convoy repele agresión en Michoacán; al menos 42 muertos Divulgan imágenes de enfrentamiento en Tanhuato, Michoacán Convoy repele agresión en Michoacán; al menos 30 muertos

**I NACIONAL**

Video de cierre de campaña de Ivonne, subliminal contra 'El Bronco'

**I NACIONAL**

Estafilococo hominis, lo que contaminó a menores de Chiapas: IMSS

**FACEBOOK** **LAVOZDEMONCLOVA**

**ÚLTIMO MINUTO**

Diana Isela y Miguel Ángel una nueva historia de amor Hace 1 hora 55 mins

22 Mayo 2015

**I NACIONAL**

INE: no hay fracaso; consejeros electorales piden tiempo

**I NACIONAL**

Renuncian al apoyo de Laura Bozzo: Mamá de Christopher

22 Mayo 2015

**I ESPECTÁCULOS**

Ingrid Coronado rompe el silencio sobre su separación

**I LOCAL**

Lo despiden con honores

22 Mayo 2015

22 Mayo 2015

**LO + VISTO**

Alertan por violentos asaltantes de mujeres

Rociaba droga en los yukis

Demuestra usuario robo de gasolina

Muere el socorrista Raymundo Mona Montes

Secuestran a jovencita

## Anexo 6. Unidad Informativa La Voz de Monclova

■ NACIONAL

### INE: no hay fracaso; consejeros electorales piden tiempo



Consideraron que es temprano para calificar la reforma política; acusan a legisladores de ser omisos en completarla con reglamentos

A-  
A  
A+

POR AGENCIAS

22 de Mayo 2015, 10:04 am

CIUDAD DE MÉXICO, 22 de mayo.- Los consejeros del Instituto Nacional Electoral (INE) rechazaron que la reforma política haya fracasado, como señaló el presidente del Senado, Luis Miguel Barbosa.

Ayer, Excélsior publicó que el legislador, ante la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, expuso que en el actual proceso electoral persisten los vicios que debería combatir la reforma.

En respuesta, los integrantes del INE consideraron que es temprano para calificar los efectos de la reforma político-electoral, y argumentaron que los legisladores han sido omisos en completar la misma, al no hacer la reglamentación correspondiente, lo que ha obligado al INE y al Tribunal Electoral a aplicar directamente la Constitución.

El consejero Enrique Andrade llamó a esperar a que concluya el proceso electoral, para calificar la reforma como "éxito o fracaso", pues dijo, falta por ver cuál será la respuesta de la ciudadanía.

En materia de equidad, a la cual aludió Barbosa, Andrade explicó que se han impuesto multas a todos los partidos, como al Verde y al PRD, lo que sí da equidad en la contienda.

Ciro Murayama aseguró que "la autoridad está arbitrando, está pitando las faltas y sacando tarjetas cuando ha lugar", por lo que, insistió, no se ha fracasado.

## Anexo 7. Portada El Factor

CONTACTO SOBRE NOSOTROS f t y Buscar...

 **EL FACTOR**   
PERIÓDICO REGIONAL

MUZQUIZ TEL: 0864616 2414  
SABINAS TEL: 0911812 7040  
VEHICULOS AUTOMOTRICES S.A. DE C.V.

AÑO 12 | 23 DE MAYO DE 2015

**PORTADA MUZQUIZ N. ROSITA SABINAS ESTADO POLICIACA REPORTAJE OPINIÓN**

**RECIENTES** >  

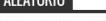
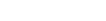
**PORTADA**  **POPULARES**

**REPORTAJE**   **POPULARES**

**MUZQUIZ**   **POPULARES**

**NUEVA ROSITA**  

**SABINAS**  **Holiday Inn Cancún Arenas** 

**REDES SOCIALES**                           

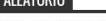
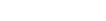
**ALEATORIO**   

**REPORTAJE**   **POPULARES**

**MUZQUIZ**   **POPULARES**

**NUEVA ROSITA**  

**SABINAS**  **Holiday Inn Cancún Arenas** 

**REDES SOCIALES**                           

## Anexo 8 Unidad Informativa El Factor.

# DEL 23 AL 29 DE MAYO SEGUNDA SEMANA NACIONAL DE SALUD

MUZQUIZ, PORMUZQUIZ 22/05/2015

[PRINT](#) [EMAIL](#) A- A+



**MELCHOR MUZQUIZ, COAHUILA.-** El Director del Centro de Salud Juan J. Galán, Dr. Mario Orlando Menchaca, dio a conocer este viernes, que a partir del sábado 23 de mayo, hasta el viernes 29, se implementará la Segunda Semana Nacional de Salud.

Informó, que el inicio oficial habrá de efectuarse el próximo lunes a las 08:30 horas, en el Jardín de Niños Miguel Hidalgo, ubicado en el Barrio Santísimo

Redentor.

Señaló, que durante una semana se habrán de reforzar las aplicaciones de vacunas a los niños, teniendo en esta ocasión una meta de 760 dosis para la poliomelitis, aplicables a los menores desde 6 meses, hasta los 4 años 11 meses.

El personal del Centro de Salud estará presente en comercios de la localidad, lugares públicos y en el área de medicina preventiva del nosocomio donde están permanentemente.

Con esto, mencionó, se cuentan con todos los biológicos de las diferentes vacunas, haciendo la invitación a las madres de familia para que permitan a las niñas menores de 11 años aplicarse la vacuna contra el Virus del Papiloma Humano.

Mario Orlando Menchaca, refirió, que en días anteriores cuando se dio a conocer la noticia a nivel nacional de seis niños que perdieron la vida como consecuencia de la aplicación de una vacuna en Chiapas, algunas madres de familia se presentaron en el Hospital temerosas por la vacunación que les tocaba a sus hijos, sin embargo expresa, se les explicó que todo se debió al método de la aplicación, por lo que el biológico con el que se cuenta no representa ningún riesgo.

**PUBLICADO POR REDACCION EL FACTOR**

**COMPARTIR?**

[Twittear](#)

[Me gusta](#)

[g+1](#)

[0](#)

[Pin it](#)

[Share](#)

## Anexo 9 Portada Zócalo Piedras Negras



**CINCO CATERING**  
ASERCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES  
ALIMENTOS, BEBIDAS, MOBILIARIO Y AMBIENTACIÓN  
Anteriores eventos donde tú quieras, en Parque Fundidora, en Monterrey o en cualquier lugar  
contacto@cincoevents.com t. (81) 83 55 92 92 www.cincoevents.com

# ZÓCALO SALTILLO

[Contacto](#) [Ayuda](#)

[Buscar](#)

Sábado, 23 de Mayo, 2015

[INICIO](#) [MEDIA](#) [OPINIÓN](#) [COAHUILA](#) [MUNDO](#) [NACIONAL](#) [DEPORTES](#) [NEGOCIOS](#) [ESPECTÁCULOS](#) [GLAM](#) [SEGURIDAD](#) [CLASIFICADOS](#) [SORTEOS](#)

[iPAD](#) [iPHONE](#) [BLACK BERRY](#) [TWITTER](#) [FACEBOOK](#) [CERTIFIED](#)

## Titulares

### Hay dudas en versión oficial de matanza en Michoacán

Hay dudas incluso sobre el sitio de los hechos: "Talibán o no, lo que es seguro es que no hubo una sola guerra". Nunca un ejército tan cercano como el mexicano. Solo causa bajas mortales nunca heridos". Epigmenio Ibarra.

[Nacional \[VIDEO\]](#)

### Policías matan a balazos a un perro

Atendían un pleito de pandillas cuando usaron los perros contra ellos, dispararon y la gente los atacó.

[Nacional \[Seguridad\]](#)

### Identifican a los 42 muertos en Tanhuato

Nadie se ha presentado a reclamar el cadáver de alguno de los presuntos integrantes del cártel que participó en la balacera.

[Nacional \[Deceso\]](#)

### Expresa Peña condolencias a familia de Lerdo de Tejada

El presidente Peña Nieto asistió a los funerales del director general del ISSSTE acompañado por su esposa Angélica Rivera.

## Cochahuila y Puebla, FILA 2015 entidades unidas por la historia

**Michoacán**  
Rinden homenaje a policía federal muerto

**Chihuahua**  
Cárceles para peatones que cruzan por zonas prohibidas

**Vida**  
Abuela de 65 años tiene cuatro nietos; ya tiene 13 hijos

**VIDEO**  
Quiso pasarse de listo y mesera lo noquea

### [VIDEO] Inaugura Rubén Moreira la FILA 2015

Se lleva a cabo el 22 al 25 de mayo en las instalaciones del Teatro Cultural Universitario.

### [Notas más leídas] Notas más leídas

Estas son las notas que causaron mayor interés a nuestros lectores durante el transcurso de la mañana.

### [Saltillo] Rastro surtía carne de caballo a taquerías

Reventaron un rastro clandestino en el kilómetro 10 de la carretera Saltillo-Monclova.

## REFORMA EN TIEMPO REAL

### Buscan con ADN a 16 personas en Chilapa

Autoridades federales rastrean a 16 personas desaparecidas en Chilapa tras tomar el perfil genético de sus familiares. [Lea más...](#)

### Se lesionó Herrera

El velocista regiomontano José Carlos Herrera tuvo un accidente en Holanda y no podrá participar este domingo en el encuentro atlético que forma parte de "IAAF World Challenge". [Lea más...](#)

### Declaran tres detenidos en Tanhuato

Los presuntos delincuentes que fueron detenidos en la agresión de ayer en los límites entre Jalisco y Michoacán rindieron su declaración. [Lea más...](#)

### Esperan 300 a Dwayne Johnson

Varias personas, algunas protegidas de los rayos del sol con sombrillas, aguardan la llegada de La Roca a Paseo Acopxa. [Lea más...](#)

### Quitan candidatura a hermano de capo

El organismo electoral de Michoacán revocó la candidatura a diputado local a un hermano de 'El Cede', detenido en 2009 por nexos con el narco. [Lea más...](#)

### Luce Dani Suárez en Charlotte

Dani Suárez tuvo una gran noche al finalizar en la sexta posición en la carrera 11 de la NASCAR Xfinity Series, en Charlotte, Carolina del Norte. [Lea más...](#)

### Mandan a cárcel al más buscado de Edomex

Elementos federales y estatales trasladaron al penal de Tlalnepantla, Edomex, a 'La Vibora', quien fue capturado el martes en Acapulco. [Lea más...](#)

### Balean a conductor en intento de robo

Un hombre resultó con una herida en el cuello tras ser baleado cuando presuntamente intentaron robarle su auto, en la Gustavo A. Madero. [Lea más...](#)

### Gana Drexel su cuarto oro

La ciclista samperiana Ingrid Drexel se agenció hoy dos medallas de oro en la Olimpiada Nacional 2015, competencia en la que ya suma cuatro preseas doradas. [Lea más...](#)

[El Noticiero de](#)

# Radio Zócalo

www.radiozocalo.com.mx

7 AM Primera Edición 2 PM Segunda Edición 6 PM Tercera Edición

Centro de Mensajes

BOCK FM (878) 1 2 3 4 5 6 7

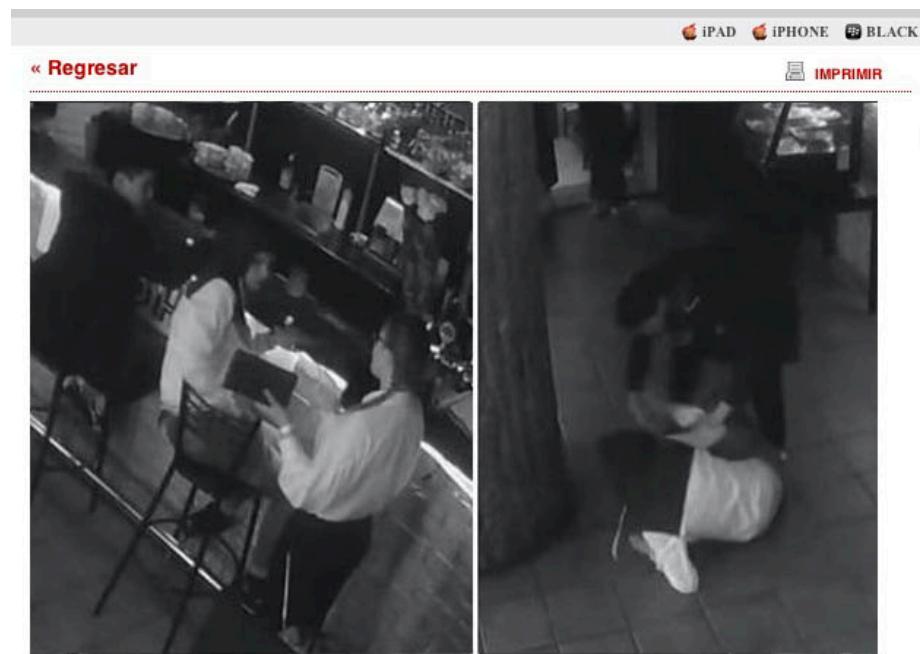
**Ruta Libre**  
Periodismo comprometido

**¡Anúnciate!**

**AVISOS CLASIFICADOS**

**OPCIONES GENERALES 438 1800**

## Anexo 10 Unidad Informativa Zócalo Piedras Negras



### VIDEO: Quiso pasarse de listo y mesera lo derrumbó de un golpe

[Video]

Por Agencias

23/05/2015 - 06:05 PM

**México.** - Se hizo respetar. Una mesera de Rusia noqueó de tres golpes a un cliente, quien intentó tocarle partes íntimas. La joven se acercó al sujeto para entregarle la cuenta, según muestra un video de YouTube.

La reacción violenta de la mujer fue captada por cámaras de seguridad del restaurante, ubicado en la ciudad de Kazán. El hombre estaba en la barra y conversaba con otra persona. Llamó a la trabajadora para preguntarle cuánto debía pagar por su consumo.

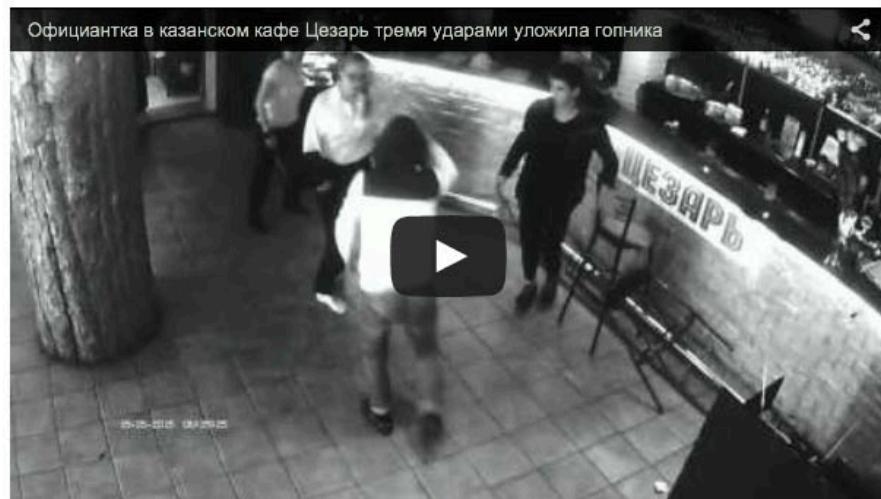
3081 lecturas

Share 1013

Tweet 31

Google + 1

Email 0



**Nota: Anexo CD que contiene las portadas y las unidades informativas analizadas.  
Además las fichas de análisis y hojas Excel con la concentración de los resultados.**

