

Especiales informativos de ‘última hora’ en cibermedios: Un estudio comparativo en portada

Special information for ‘last minute’ in online media: A comparative study on the cover

Ana Serrano Tellería

Universidad del País Vasco/ Universidad de Cantabria
[anaserranotellería@gmail.com]

Recibido: 1 de abril 2011
Aceptado: 10 de noviembre 2011

Resumen

Ligado a una estructura basada en la plantilla base, el diseño de cibermedios experimenta sus posibilidades a través de los especiales y destacados. Presentamos en este artículo un resumen de las principales conclusiones alcanzadas tras el estudio de los especiales de ‘última hora’ en los nodos iniciales —o portadas— de los cibermedios *Elpais.com*, *Elmundo.es*, *Elcorreo.com*, *Lavanguardia.es*, *Elperiodico.com*, *Bild.de*, *Guardian.co.uk*, *Lemonde.fr*, *Nytimes.com*, *Clarín.com*, *Reforma.com*, *Oglobo.oglobo.com*, *Emol.com* y *Asahi.com*. Empleamos el análisis de contenido mediante una ficha descriptivo-interpretativa que aplicamos sobre dos muestras de cada medio en horario de 12.00 y 00.00 horas. Arquitectura, diseño y visualización de la información, interactividad y usabilidad; además de las disciplinas herencia del diseño gráfico y audiovisual, conforman nuestro corpus teórico. Desde una perspectiva sintáctico-semántica, los distintos elementos se relacionan y configuran un bloque sólido natural, donde proponemos superar la narratividad textual y alcanzar un mayor desarrollo de la profundidad hipertextual y recursos multimedia.

Palabras clave: Diseño, ciberperiodismo, nodos iniciales, última hora, especiales.

Abstract

Linked to a structure based on the base template, the design of online media experience its possibilities through the special and outstanding. This article presents a summary of the main conclusions reached after consideration of the special ‘last minute’ in the initial nodes —covers— of *Elpais.com*, *Elmundo.es*, *Elcorreo.com*, *Lavanguardia.es*, *Elperiodico.com*, *Bild.de*, *Guardian.co.uk*, *Lemonde.fr*, *Nytimes.com*, *Clarín.com*, *Reforma.com*, *Oglobo.oglobo.com*, *Emol.com* and *Asahi.com*. We employ content analysis using a descriptive-interpretative tab applied on two samples of each medium in times of 12.00 and 00.00 hours. Architecture, design and information visualization, interactivity and usability, in addition to the heritage disciplines of graphic design and audiovisual up our theoretical corpus. From a syntactic-semantic perspective, the different elements interact and form a solid block natural, where we propose to overcome the textual narrative and create a greater depth development of hypertext and multimedia.

Keywords: Design, online journalism, initial nodes, last minute, specials.

Sumario: 1. Introducción. 2. Estructura. 3. Tipografía y color. 4. Elementos gráficos. 5. Géneros. 6 Conclusiones. Bibliografía.

1. Introducción

El diseño general de un cibermedio se encuentra estrechamente ligado —por no decir, condicionado— a la plantilla que lo sustenta. En el caso de nuestro estudio, los nodos iniciales (o portadas) de *Elpais.es*, *Elmundo.com*, *Elcorreo.com*, *Lavanguardia.es*, *Elperiodico.com*, *Bild.de*, *Guardian.co.uk*, *Lemonde.fr*, *Nytimes.com*, *Clarín.com*, *Reforma.com*, *Oglobo.oglobo.com*, *Emol.com* y *Asahi.com/english* durante diferentes acontecimientos relevantes en la consecución de nuestra tesis doctoral y posteriormente, configuran un objeto de estudio de interés para la práctica periodística actual.

La decisión de abordar el tratamiento periodístico de los siguientes acontecimientos: elección de la sede olímpica, premio Nobel de la paz para Barak Obama, Cumbre de Copenhague, atentado frustrado de Al Qaeda en Detroit (2009), terremoto en Haití (2010), estado de Japón tras el terremoto y el accidente nuclear de Fukushima así como la decisión de derrocar al régimen de Gadafi, Libia (2011), entre los seleccionados; responde a la voluntad de observar la práctica periodística desarrollada y relacionar una serie de características comunes y dispares entre los medios al grado de adecuación respecto a las directrices académicas establecidas.

Las principales disciplinas que configuran nuestro marco son la arquitectura y diseño de la información así como la interactividad y la usabilidad (el diseño centrado en el usuario y la interacción persona-máquina); sin olvidarnos de algunos parámetros herencia del diseño gráfico y audiovisual, presentes en su adaptación a la web.

Escogimos a los citados medios por poseer un hermano «impreso», ser líderes en difusión en sus respectivos países y pertenecer a relevantes empresas de comunicación. De la primera característica, resaltamos el estrecho vínculo existente entre ambas plataformas y, por lo tanto, su influencia mutua —puntualizando, más bien del impreso sobre internet—. Respecto a los dos siguientes parámetros, destacamos las tendencias y posibilidades que se derivan de sus recursos y posición en el mercado.

Coincidimos con Tomas Hanitzsch (2008) al considerar el análisis comparativo intercultural fundamental para establecer la generalidad de las teorías y la validez de las interpretaciones derivadas de los estudios en un solo estado o país; además de, como explican Martin Löffelholz y David Weaver (2008), evaluar la influencia de la cultura y la sociedad y analizar las similitudes y diferencias en la teoría y en la práctica del periodismo en diferentes escenarios.

Nos decantamos por el análisis de contenido basado en una ficha descriptivo-interpretativa. Tomamos como referencia para elaborar la nuestra, las realizadas por Bracad y Codina (Jiménez Piano, Ortiz-Repiso Jiménez, 2007) y propuestas por el grupo de investigación del Convenio de Cooperación Interuniversitario España-Brasil,¹ cuya aplicación verá la luz en una próxima publicación (Palomo, Cabrera y Otero en Díaz Noci, Palacios 2009; Serrano, 2010). A estas iniciati-

¹ *Periodismo en Internet: estudio comparativo de los cibermedios España-Brasil*, Convenio de Cooperación Interuniversitaria España-Brasil, referencia PHB2006-0005TA.

vas, proponemos un nuevo concepto referencial basado en la importancia de la primera pantalla a la que el usuario accede sin utilizar la barra de desplazamiento —*scroll*—.

Además de la cumplimentación de la ficha de análisis, el universo de estudio está compuesto por la toma de la imagen del nodo inicial en pantalla en formato «png» así como las anotaciones correspondientes y necesarias debido a su carácter multimedia, hipertextual e interactivo. Se trata de un bloque sólido natural formado por las relaciones que se establecen entre los distintos elementos y las interpretaciones derivadas de los mismos, una unidad sintáctica y semántica en su conjunto, que, al igual que un texto, está compuesta asimismo de otras subunidades.

En el estadio de análisis para nuestra tesis doctoral, establecimos un periodo de recogida de muestras de dos meses completos —del 15 de septiembre al 15 de octubre de 2009 y del 15 de diciembre de 2009 al 15 de enero de 2010—, durante el que se tomaron dos versiones de cada cibermedio en horario de 12.00 y 00.00 horas para adaptarnos a las rutinas periodísticas de los cibermedios a lo largo del día. A primera hora de la mañana, estos suelen presentar el «volcado» de su versión impresa y lo van completando y actualizando; de este modo, pudimos observar la evolución del contenido y su diseño según la configuración, jerarquía y tratamiento en profundidad. A este objeto de estudio, añadimos las fichas y muestras recogidas del 19 al 29 de marzo de 2011 para todos los cibermedios y, en el caso español, la huelga de los controladores de AENA el 4 y 5 de diciembre de 2010.

El rápido incremento en el número de usuarios, su participación en la elaboración del contenido y acceso a la web a través de soportes móviles (Fidalgo, 2009), unido al medio de intercambio de información —tanto directa como indirectamente— que suponen las redes sociales, configura un escenario de constante innovación en el camino hacia la convergencia digital y diversificación multiplataforma de los contenidos; un camino de amplios retos para el diseño de información e interacción.

2. Estructura

El esqueleto base sobre el que se sustenta el diseño general de un cibermedio apenas modifica su configuración salvo en la cobertura de nuestro objeto de estudio tipo; es decir, especiales o acontecimientos relevantes de última hora. Los cibermedios recurren a la supresión de las columnas en el denominado 'bloque informativo' para ganar espacio en la primera pantalla —también en sucesivas— y dotar a la información de una mayor relevancia desarrollando el criterio de ampliación como característica predominante. Cibermedios como *Guardian.co.uk*, *Clarín.com* o *Reforma.com* son más reacios a modificar esta estructura; incluso se presenta el caso de *Asahi.com/english* que no realiza cambio alguno durante el periodo estudiado.

En estos últimos casos, sí emplean el recurso de alterar el orden habitual en las columnas para cubrir la información, dedicando el total de la primera panta-

The screenshot shows the New York Times website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home Page', 'Today's Paper', 'Video', 'Most Popular', 'Times Topics', and 'Most Recent'. The main headline is 'Haiti in Ruin; Grim Search for the Dead' with a sub-headline: 'There is no one, nothing, no medicines, no explanations for why my daughter is going to die.' by Judy Francia. Below this is a large photo of a woman in a white dress walking through rubble. To the right, there are sections for 'GLOBAL SPOTLIGHT', 'MARKETS', and 'GET QUOTES'. The left sidebar contains a 'GLOBAL EDITION' menu with options like 'World', 'Asia', 'Europe', etc. The bottom of the page features a 'Property Search' section with a search bar and filters for 'For Sale' and 'For Rent'.

Figura 1. Dos primeras pantallas *Nytimes.com* (*Global*) 13 de enero de 2010, 22.40 h. aprox. Ejemplo de supresión de columnas y configuración de bloque independiente.

lla —y posteriores— a la información en cuestión. Esta alteración consiste bien en modificar la posición del contenido ubicado normalmente en cada columna (*Guardian.co.uk* y *Clarín.com*) o en cambiar directamente el orden de las columnas (*Reforma.com*). Ambas técnicas relegan a posiciones secundarias el contenido precedente y su grado de ampliación en el espacio varía según el criterio de relevancia otorgado por la línea editorial.



Figura 2. Dos primeras pantallas de Bild.de el 20 de enero de 2010, 12.50 h. aprox..

La lectura en 'F' revelada en los diferentes estudios realizados por Nielsen,² los sucesivos 'Eyetrack' del Poynter Institute³ y la Universidad de Stanford⁴ encuentra un ejemplo acertado en la práctica de situar el 'bloque informativo' a la izquierda entre las primeras pantallas del nodo inicial; los únicos cibermedios

² URL [http://www.useit.com/]

³ URL [http://eyetrack.poynter.org/]

⁴ URL [http://www.poynterextra.org/et/i.htm]

que aún mantienen el menú vertical en la primera columna de la izquierda son *Nytimes.com* y *Asahi.com*. A través de la supresión de las columnas o la alteración de su orden, los medios dedican todo este espacio a la información destacada. En la mayoría de los casos, se supera la extensión de la primera pantalla y se delimita el conjunto como un bloque completo compuesto por la información principal y las secundarias. Los recursos empleados para diferenciar este espacio, si se utilizan, son las líneas y el cambio de color del fondo.

La composición habitual de estos bloques es la de un titular o elemento gráfico principal, destacado mediante el tamaño y posición; a la misma le acompañan elementos secundarios inferiores o laterales, dependiendo de si la principal ocupa todo el ancho de bloque o nodo. Se trata de configurar un espacio único a modo de los especiales más elaborados que solemos encontrar antes del bloque informativo. La diferencia entre ambos es un tratamiento más profundo del contenido y del diseño: titulares sopesados, mayor selección de enlaces, variedad de recursos gráficos e imágenes, empleo del color en tipografía, líneas y fondo. Esta carencia, acusada a la inmediatez en el tratamiento, se va solventando a medida que el acontecimiento se prolonga en el tiempo, llegando a conformar un especial planificado al uso al final del proceso.

El cibermedio alemán *Bild.de* posee características únicas y, por lo tanto, requiere de unas anotaciones específicas. El formato habitual de presentación de las seis informaciones más relevantes es un carrusel compuesto por imágenes—titulares incluidos— acompañado de otras dos informaciones —imágenes— secundarias a su derecha. Divididas en dos columnas según el formato descrito, el medio aprovecha el carrusel para dedicar a la destacada todas las «pestañas» superiores o enlaces. Otro recurso es la incorporación previa a todo ancho de bloque de una imagen compuesta por varios titulares, incluso también imágenes, a modo de composición única. Respecto al cibermedio nipón *Asahi.com* y su versión inglesa, queremos destacar como no modifica su estructura ni altera el orden de sus columnas en ningún caso estudiado.

3. *Tipografía y color*

Acorde al criterio de ampliación desarrollado en la estructura, los cibermedios acuden al tamaño tipográfico para dotar de relevancia a la información, llegando a utilizar más del doble usual referenciado en puntos. En el desarrollo de esta práctica, encontramos que un excesivo aumento del tamaño tipográfico no implica una mayor comprensión de la relevancia informativa; considerando, por lo tanto, que alcanzados los 50 puntos, el consecuente aumento pueda deberse a cuestiones de configuración o estilo. En este sentido, apelamos al buen criterio de los cibermedios —menos es más— para no caer en la sin razón de considerar «siempre» un gran tamaño tipográfico como solución a la voluntad de otorgar una notoria referencia a la información.

Generalmente, los medios mantienen el tono habitual en titulares, subtítulos y antetítulos; excepto en algunas ocasiones puntuales, como el ejemplo anterior de *Nytimes.com* que modifica el color de su titular. Asimismo, los cibermedios pueden

Agrupar los contactos de tu agenda y redes sociales.



¡Regístrate ADSL! Contrátalo aquí por Nuestro ADSL sigue dándote mucho más.

- Sin gastos ni comisiones
- Tu dinero siempre disponible
- Sin condiciones
- Alta rentabilidad

openbank

EL PAÍS.COM

Domingo, 5 de diciembre de 2010 - 00:33 h

Edición Nacional | cambiar

registrar en titulares | conectar

Suscríbete a EL PAÍS y consigue GRATIS una Nintendo DSi

DIARIO EL PAÍS

Inicio | internacional | España | Deportes | Economía | Tecnología | Cultura | Gente y TV | Sociedad | Opinión | Blogs | In English

Andalucía | Cataluña | Comunidad Valenciana | Galicia | Madrid | País Vasco

Videos | Fotos | Archivo | Servicios | Clasificados | Edición Impresa

buscar

AVANCE Consulta en PDF la portada de EL PAÍS, edición nacional, del domingo 5 de diciembre

EL CONFLICTO DE LOS CONTROLADORES



El primer avión que despegó del aeropuerto de Málaga / JULIÁN ROJAS

"El 90% de controladores trabaja, pero habrá consecuencias"

El vicepresidente primero, Alfredo Pérez Rubalcaba, asegura que esta situación "no va a volver a pasar" tras decretar el primer estado de alarma de la democracia

Los controladores reaccionan al decreto y se incorporan paulatinamente a sus puestos. El relevo del turno de noche se ha realizado con normalidad. Aunque se reanudan los vuelos, AENA recomienda consultar con las aerolíneas antes de ir a los aeropuertos. El mando en las torres de control civiles ha pasado a coroneles y los controladores incurrirán en delito de desobediencia si se niegan a trabajar. La Fiscalía investiga posibles delitos de sedición. Unas 600.000 personas se han visto afectadas

- Estado de alarma • Consecuencias • El decreto • El Gobierno justifica el estado de alarma • El PP critica al Gobierno por su anuncio



FOTOGALERÍA

Pasajeros facturan maletas en el aeropuerto de El Prat. (Efe)

Directo: Zapatero comparecerá de urgencia en el Congreso

El retorno de los controladores permite la reapertura. Tensión en algunos mostradores por el nerviosismo de los pasajeros

El caos dinamita la imagen de España

Todos los grandes medios de comunicación mundiales se hacen amplio eco de las medidas del Gobierno español

- Un golpe para los turistas extranjeros

La situación en los principales aeropuertos

Aena y el Gobierno consideran que la descoordinación causada por la protesta se solucionará del todo antes de 48 horas

- Tres millones de viajeros en vilo

Y ahora ¿qué hago?

Cientos de pasajeros no quieren esperar en el aeropuerto de Sevilla y buscan transporte para regresar. - Los taxistas han llevado turistas hasta Barcelona y Oviedo

- Información útil
- Los pasajeros acuden a las redes sociales

Historias de afectados

Decenas de miles de personas se quedan varadas en los aeropuertos por la huelga de controladores y pierden sus viajes

Los controladores ceden ante el estado de alarma

Esta mañana, mantenían su desafío y se negaban a trabajar alegando problemas médicos. - Ahora regresan a sus puestos de trabajo sometidos al Código Penal Militar

- Carta de Aena a los controladores

"Una plantilla muy castigada", dice el portavoz del colectivo

AMANDA MARS / FERRAN BALSSELLS

Cesar Cabo afirma que fue "muy difícil" convencerlos. - Una controladora dice que trabaja en condiciones de "esclavitud"

"No estoy en condiciones de ofrecerle control"

PEDRO GOROSPE | Vitoria

Diálogo entre la torre de control de Vitoria y un helicóptero militar que logró aterrizar tras la intervención de un coronel

LOS PAPELES DEL DEPARTAMENTO DE ESTADO »

FÚTBOL | 14ª JORNADA DE LIGA

Última hora

Cierre aeropuertos | Papeles secretos de EEUU

La planta de facturación de El Prat ha pasado del ruido a casi el silencio. Las colas de viajeros para reclamar ante sus compañías se que han reducido a uas pocas personas, con la excepción de la de Air Europa, que ha menguado pero que aún reúne a algunos viajeros.

sebastianotobarra Hace 1 hora

Hasta las once de la noche, se han operado 412 vuelos. De ellos, 96 en el aeropuerto de Madrid-Barajas, 70 en El Prat de Barcelona, 51 en Gran Canaria, 49 en Palma de Mallorca, 33 en Málaga y 21 en Alicante. Lo cuenta AENA en su Twitter <http://coart.as/0Qrk>

Miguel Ángel Medina Hace 1 hora

eskup

¿Te ha afectado la crisis de controladores? Cuéntanoslo

EL PAÍS abre su perfil de Facebook a las víctimas del caos aéreo en España

- Infórmalos también en Eskup

Figura 3. Dos primeras pantallas y media de Elpais.es, 4-5 diciembre de 2010 (La 1ª pantalla sólo cubriría la cabecera y la fotografía)

oscurecer a negrita algún enlace para resaltarlo del resto en una lista cuando su número es extenso o modificar el color del antetítulo y alterar, también, su caja de alta a baja o viceversa. Por último, el caso de *Bild.de* vuelve a ser particular debido al empleo de la tipografía en imagen, que ofrece más posibilidades estilísticas y de ubicación.

El desarrollo del color encuentra una acertada práctica al dotar de distinto fondo al bloque informativo a destacar, consiguiendo con ello una polaridad visual interesante. Se trata de un recurso sencillo y efectivo empleado, asimismo y con asiduidad, en los especiales más planificados y elaborados. Según avanzamos en el tiempo, los medios van adaptando el contenido a estos especiales que suelen aparecer, en primer lugar, a modo de barras horizontales y situados previamente al bloque informativo (obsérvese el ejemplo de *Elmundo.es*).

Queremos aprovechar este ejemplo de *Elpais.com* y el posterior de *Elmundo.es* para comentar una serie de características comunes a todos los cibermedios españoles en el tratamiento de la crisis aérea. En primer lugar, la dedicación de todo el espacio en primera pantalla a la temática y la configuración de un bloque informativo independiente. Este espacio, compuesto por la información principal y las secundarias relativas al mismo, suprime las columnas habituales y ocupa, de media, entre dos y tres pantallas de extensión. *Lavanguardia.es*, *Elmundo.es* y *Elpais.com* ubican en la tercera columna (dcha.) un destacado a modo de *ticker* más desarrollado, donde aparecen noticias de última hora. En algunos casos, se opta por el titular centrado y diferente del justificado habitual. Los cibermedios suelen ubicar, tras este bloque, el resto de contenidos configurados según el patrón diario al uso. (Ver figura 4)

4. Elementos gráficos

El criterio de ampliación se traslada a todos los elementos y su configuración; tanto desde la óptica del diseño gráfico como desde el diseño, la arquitectura y la interacción de la información. Aumenta el espacio dedicado al contenido, el tamaño de la tipografía y ahora, el de los elementos gráficos como la fotografía y el video. En este sentido, se ha producido un descenso notable de este último en favor de las galerías fotográficas. En el caso de *Bild.de*, una vez más, su particular empleo de la imagen compuesta por una o varias acompañada del titular u otros elementos tipográficos, representa un modelo único y efectivo. Por otro lado, encontramos que, ocasionalmente y como puede observarse en el ejemplo mostrado, un abuso del color rojo resulta un tanto intrusivo.

Característica común a todos los cibermedios en el tratamiento y configuración de estos bloques informativos dedicados a especiales de 'última hora' es su composición. Esta se compone de la información principal acompañada de fotografía o vídeo así como titular de gran tamaño. La siguen enlaces menores sucesivos distribuidos en columnas inferiores o laterales, que pueden llevar, asimismo, un elemento gráfico menor. La información principal, en la mayoría de los casos, es la que rompe las columnas establecidas para dar paso, posteriormente, a la habitual configuración con las menores.

The screenshot shows the homepage of El Mundo.es. At the top, there is a navigation bar with categories like 'Motor', 'Náutica', 'Viajes', etc. The main headline is 'Los aeropuertos recuperan su 'plena capacidad operativa'', with a sub-headline 'CAOS AEREO'. Below this, there are several smaller articles, including 'Rubalcaba: 'No volverá a suceder'' and 'Estado de alarma'. On the right side, there is a 'Deportes' section featuring Cristiano Ronaldo. The layout is typical of a news website from that era, with a clear hierarchy of information and a search bar at the top.

Figura 4. Dos primeras pantallas y media *Elmundo.es* 4-5 de diciembre de 2010. (La 1ª pantalla sólo cubriría la cabecera y la fotografía)

5. Géneros

La infografía encuentra más su lugar en el desarrollo de especiales en profundidad que en estos bloques dedicados a noticias relevantes de 'última hora' debido, como parece lógico, a la condición temporal de la inmediatez. Si bien, una vez el acontecimiento se desarrolla en el tiempo, la cualidad del mismo permitirá su elaboración. Aun así, hemos percibido al igual que con el vídeo, un descenso de la misma en favor de las galerías fotográficas.

A pesar de contar con el recurso audiovisual, los géneros hallados y diferentes del formato noticia de 'última hora' al uso son la crónica y el comentario. Estos aparecen en días sucesivos al inicio del periodo y, en muchos casos, se trata de contenido volcado de la edición impresa; si bien, cada vez más percibimos un incremento de los géneros propios.

6. Conclusiones

Los cibermedios respetan los criterios básicos formales en cuanto a la coherencia tipográfica y estilística así como al desarrollo de patrones sencillos de navegación, interfaz amigable, familiar y fácil de usar. Se recomienda no utilizar un tamaño menor a 12 puntos, crítica desde la usabilidad, así como diferenciar el color empleado en el antetítulo, titular, subtítulo y enlace. La mayoría de los cibermedios así lo realizan en dos de las categorías, a excepción de *Reforma.com* que comparte el negro para todos y confunde al lector.

Existe un claro predominio del texto sobre la imagen, el vídeo y el audio; además, una tendencia a la yuxtaposición de los enlaces en lugar de acudir a la profundidad hipertextual. A pesar de mostrar un uso general moderado y racional de los mismos, se recomienda explorar las posibilidades multimedia del soporte así como la citada profundidad mediante el desarrollo de una sintaxis y semántica más elaborada; es decir, reducir el número de unidades yuxtapuestas por las coordinadas, subordinadas, etc. Un ejemplo de esta práctica podemos encontrarlo en la inclusión de enlaces en el cuerpo del texto o en la unificación de varias informaciones en una, aportando un valor periodístico intrínseco de análisis y estudio.

La jerarquización de los elementos viene determinada por su posición, espacio dedicado y tamaño tipográfico; excepto *Clarín.com* que sólo desarrolla la ubicación. *Elcorreo.com* ha recurrido a la negrita ocasionalmente para resaltar el titular de la información principal; si bien, no se trata de una práctica común. El cambio a negrita o del color a rojo sí es habitual a la hora de incorporar un aviso de «alerta». La diferenciación del enlace mediante el empleo de un tono distinto o el subrayado resulta igualmente eficaz. Apenas hemos encontrado usos de la caja alta, reservada para los escasos antetítulos, los títulos de sección y los destacados. La organización en columnas y el desarrollo del color tanto con fines informativos como para delimitar las diferentes áreas, resultan eficaces para una clara diferenciación y visualización de los contenidos. Asimismo, se recomienda dejar suficiente «aire» entre los distintos elementos.

Ejemplo de estas prácticas sencillas y eficaces son la delimitación por áreas con fondo coloreado para un tipo específico de contenido (*Emol.com*) y la relación que se establece mediante el empleo de un color determinado entre las distintas categorías del menú y los títulos de las secciones con/sin barra previa (*Guardian.co.uk* y *Lemonde.fr*).

Constituidos los fundamentos de la navegabilidad e interacción sobre contenidos predominantemente textuales y sobre niveles básicos de interactividad, primer y segundo estadio: observación y exploración; el reto implica superar la narratividad textual y ofrecer una sintaxis y semántica más desarrollada que posibilite la reducción del número de unidades informativas ofertadas. Se trata de explorar e investigar más sobre todo un campo de posibilidades comunicativas, que nos lleva del lenguaje textual y visual ligado al diseño gráfico y audiovisual, hacia el lenguaje hipertextual y multimedia del diseño de interacción.

7. Bibliografía

- Bauer, M.W.; Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático*. (Título original: *Qualitative Researching with Text, Image and Sound: a Practical Handbook*.) Petrópolis, RJ, Vozes.
- Fidalgo, A. (2009). «O celular de Heidegger. Comunicação ubíqua e distância existencial». En: *Matrizes*, vol. 3, nº 1, Perspectivas Autorais nos Estudos de Comunicação V. URL [<http://www.usp.br/matrizes/ojs/index.php/matrizes/article/view/82>]. Consulta 22 de marzo de 2011.
- Hanitzsch, T. (2008). «Comparing Journalism across Cultural Boundaries: State of the Art, Strategies, Problems, and Solutions». En: Löffelholz, M.; Weaver, M. *Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future*. Oxford, Blackwell.
- Jiménez Piano, M.; Ortiz-Repiso Jiménez, V. (2007). *Evaluación y calidad de sedes web*. Gijón, Ediciones Trea.
- Löffelholz, M.; Weaver, D. (eds.) (2008). *Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future*. Oxford, Blackwell Publishing Ltd.
- Palomo, B.; Cabrera, M.A.; Otero, M. (2009). «Research methodology in journalist design in Internet». En: Palacios, M.; Díaz Noci J. (coords.) *Online Journalism: Research methodology in comparative perspective*. Bilbao, Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- Serrano Tellería, A. (2010). *Diseño de nodos iniciales en cibermedios: Un estudio comparativo*. Tesis doctoral. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Van Der Wurff, R.; Lauf, E. (eds.) (2005). *Print and Online Newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. COST (European Cooperation in the field of Scientific and Technical Research), Amsterdam, Het Spinhuis.