

Universidad Centroamericana  
Facultad de Humanidades y Comunicación  
Maestría en Comunicación y Periodismo



# CIBERMEDIOS PERIODÍSTICOS DE NICARAGUA EN 2012

*Hipertextualidad,  
Multimedialidad,  
Interactividad y  
Cibergéneros*

Lic. Róger Solórzano Canales  
Autor  
Ph.D. Vicente Baca Lagos  
Tutor

Noviembre de 2012  
Managua, Nicaragua

## Resumen

A través del uso de criterios metodológicos propuestos -para fines de homologación y comparación- desde el ámbito científico académico iberoamericano, esta investigación determina para el año 2012 la población de cybermedios que produce contenido periodístico en Nicaragua, estableciendo para ella categorizaciones básicas en cuanto a tipo, temática, zona de interés e idioma. Luego, por medio de la aplicación de variables construidas para tal fin, observa y establece los usos que esa población hace de recursos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, así como de cibergéneros periodísticos. Los resultados son apoyados con 24 gráficos y 18 tablas que ofrecen el detalle del desempeño de los cybermedios nicaragüenses en todos los factores aquí mencionados.

**Palabras claves:** cybermedios, cyberperiodismo, Nicaragua, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, cibergéneros, 2012.

## Abstract

Using a methodological criteria proposal developed in the Iberoamerican scientific-academic field for standardization and comparison purposes, this research set for 2012 the cybermedia population that produces journalistic content in Nicaragua, fixing basic categorizations in type, thematic focus, coverage area and language. Then, through application of variable rates developed for that end, observe and set this population attitude in hypertextuality, multimedia, interactivity and cyber-journalism genres. Results offer 24 graphs and 18 tables to detail the Nicaraguans cymermedia performance in all these referred factors.

**Key words:** cybermedia, cyber-journalism, Nicaragua, hypertextuality, multimedia, interactivity, genres, 2012.

## Indice

<b>1. Introducción</b> .....	4
<b>2. Marco Teórico</b> .....	8
2.1 El contexto contemporáneo.....	8
2.1.1 La Sociedad de la Información.....	8
2.1.2 La Sociedad Red.....	12
2.2 La cosa: los cibermedios periodísticos.....	14
2.3 El caso: el nivel de dinamismo y los géneros.....	15
2.3.1 Hipertextualidad.....	16
2.3.2 Interactividad.....	17
2.3.3 Multimedialidad.....	17
2.3.4 Cibergéneros.....	18
<b>3. Metodología</b> .....	18
3.1 Procedimiento para establecer población objeto de estudio.....	19
3.1.1 Primera fase de enlistado.....	20
3.1.2 Segunda fase de enlistado.....	20
3.1.3 Filtros de resultados.....	21
3.2 Construcción y aplicación de variables.....	22
3.2.1 Sección 1: Análisis de los Cibergéneros.....	23
3.2.2 Sección 2: Análisis de los recursos hipertextuales, multimediales y la interactividad.....	23
3.3 Procesamiento de datos.....	26
<b>4 Resultados</b> .....	27
4.1 Categorizaciones básicas.....	28
4.2 Hipertextualidad.....	34

4.3	Multimedialidad.....	37
4.3.1	Resultados diferenciados según recurso multimedia.....	41
4.4	Interactividad.....	42
4.4.1	Interactividad según categorías.....	44
4.5	Cibergéneros.....	50
4.5.1	Resultados diferenciados según cibergénero y frecuencia.....	53
<b>5</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>55</b>
<b>6</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>59</b>
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>61</b>
	<b>Anexos.....</b>	<b>64</b>

# 1. Introducción

En Nicaragua el periodismo digital -o ciberperiodismo- inició temprano, con la aparición en 1995 del primer servicio de boletines digitales<sup>1</sup> y el posterior nacimiento de los rústicos sitios web de los dos principales diarios del país, La Prensa y El Nuevo Diario, pocos años después. Ya han pasado 17 años desde el comienzo. La evolución y condición actual del fenómeno es muy poco conocida, sin embargo, debido a la falta de un amplio acompañamiento de estudios científicos desde el ámbito académico, privado o estatal. ¿Cuál es la situación actual del ciberperiodismo y los cibermedios en Nicaragua?

La producción de investigaciones sobre el tema ha sido mínima, y la difusión de esos nuevos conocimientos generados ha quedado estancada. Por ejemplo, en la biblioteca de la Universidad Centroamericana, UCA, cuya carrera de comunicación social es la de más prestigio y la menos joven del país (heredera de la antigua escuela de periodismo fundada en los años 60), escasamente es posible encontrar una decena de investigaciones –todas de pre-grado-etiquetadas con la temática de “Periodismo Digital” y “Ciberperiodismo”.

Apenas en Marzo de este año fue publicado un estudio amplio desarrollado por el Centro de Investigaciones de la Comunicación (CINCO), titulado “Los Medios y el Periodismo ante el desafío digital. El Caso de Nicaragua”<sup>2</sup>. El trabajo tuvo repercusión en los medios y fue compartido libremente de forma digital. Sin embargo, el específico asunto del ciberperiodismo es allí poco abordado, y el segmento de resultados ofrecidos fue desarrollado en base a entrevistas realizadas a directores o responsables de la versión web de algunos pocos medios.

---

<sup>1</sup> Se trató de Notifax, que aún está en funcionamiento. El año fue proporcionado por su director, Rolando Cruz.

<sup>2</sup> El estudio completo puede ser descargado aquí: <http://www.cinco.org.ni/noticia/311>

En todo el mundo este asunto viene dando de qué discutir, de qué investigar y de qué trabajar. Su calidad de “nuevo formato” versátil, que no termina de definirse debido a la cantidad de nuevas tecnologías, tendencias y prácticas que surgen todo el tiempo; la apertura participativa que está permitiendo gracias al acceso creciente al internet y las tecnologías de la información y la comunicación; y las repercusiones sociales, políticas, económicas y culturales que ya está generando, lo hacen un campo de investigación extremadamente importante.

En muchos países el acompañamiento investigativo del fenómeno ha sido extenso y paralelo a su evolución. Incluso es posible encontrar y acceder en línea a investigaciones desarrolladas en vecinos regionales como Brasil, México, Venezuela y Colombia, entre otros. En Estados Unidos y Europa los esfuerzos han sido más grandes, e incluso han nacido programas de investigación multinacionales. La producción es continua y desde muy diversos enfoques. Para ejemplificar: sólo el documento “La Investigación en Periodismo Digital. Algunos Trabajos desde el Ámbito Universitario”, surgido del XII Congreso de Periodismo Digital en Huesca, España (en Marzo de 2011), está compuesto por 34 artículos de igual número de estudios.

La presente investigación nace con el propósito de producir y compartir conocimiento empírico actual generado con técnicas científicas, y así aportar nuevas luces sobre el estado de la cuestión en Nicaragua.

El enfoque surgió gracias a un muy interesante libro aportado por el profesor Vicente Baca, de la Universidad Complutense de Madrid y tutor de este trabajo. Esa publicación es una propuesta desarrollada por un grupo conjunto de investigadores de Brasil y España, liderados por los profesores Marcos Palacios y Javier Díaz Noci, titulado “Ciberperiodismo: Métodos de Investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada”.

El libro, a través de la amplísima red de autores involucrados, identifica asuntos importantes abordados en el estudio del ciberperiodismo, así como las metodologías aplicadas en esas investigaciones. Esta cita resume el valor de la propuesta: “Sólo el conocimiento de lo que ya se ha hecho en el mundo, y la aplicación de métodos y técnicas estandarizadas, nos permitirá realizar trabajos de calidad y homologables para establecer un deseado diálogo con nuestros colegas de la comunidad científica internacional.” (Palacios, 2007: 12)

Así fue identificado el sector específico de estudio que desarrollaría esta investigación, basado en la realidad nicaragüense. Ese sector son los cibermedios y su desempeño en la Hipertextualidad, la Multimedialidad y la Interactividad, a lo que se sumó los Cibergéneros. Las variables utilizadas como herramientas de recopilación fueron desarrolladas con adaptaciones enriquecidas gracias a la consulta de otras literaturas.

El objetivo general de la investigación es:

Desarrollar un diagnóstico sobre el estado de los cibermedios periodísticos en Nicaragua para el año 2012, por medio de una investigación que usa parámetros de clasificación estandarizados, los cuales permitan el contraste con experiencias de futuros momentos y de otras naciones.

Los objetivos específicos son:

- Elaborar un catálogo sobre los cibermedios que están desarrollando contenido periodístico en el país, que pueda ser compartido libremente.
- Establecer categorizaciones básicas sobre esa población de cibermedios.
- Determinar el uso de recursos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, que cada uno de estos cibermedios realiza para proyectar su contenido y dinamizarlo con sus visitantes.

- Observar el uso de los cibergéneros periodísticos que cada uno de esos cibermedios está realizando.

Se hace preciso anotar que la lista de cibermedios detectados y que conformaron la población analizada -más el catálogo- no se pretende completa, exhaustiva. Seguramente habrán quedado algunos individuos por fuera. Este es un esfuerzo pionero, sin embargo; el más concreto y completo hasta ahora establecido para este país.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta es que la estructura de los formatos de mediciones desarrollada para el estudio deja dos deudas: no se aborda el interesante dato de la “frecuencia de actualización” de los cibermedios; tampoco se toma en cuenta las proyecciones en streaming (distribución de contenidos en tiempo real).

Antes de continuar con el desarrollo de esta investigación, es preciso señalar que la dimensión de este trabajo fue posible gracias al indispensable aporte de Juana Canales Reñazco, en el ordenamiento y estructuración de las matrices establecidas con las variables; de Jorge Cajina, en el diseño gráfico del catálogo; y del ya mencionado Vicente Baca, por su aporte en literaturas y su revisión.

El “Catálogo Nicaragua: Cibermedios Periodísticos en 2012” puede descargarse aquí: <http://vianica.com/publications/3.pdf>



## 2. Marco Teórico

La ruta teórica lógica que enmarca este trabajo de investigación es la siguiente: Los **Cibermedios periodísticos** son una manifestación de la **Sociedad de la Información**, cuya propuesta descriptiva de la actualidad es la más aceptada, y que encuentra un conveniente planteamiento estructural en la **Sociedad Red**, dentro de la cual se inserta a manera de nodo particular el fenómeno de los *cibermedios periodísticos nicaragüenses*, cuyas características pueden ser observadas a través de su práctica de la **Hipertextualidad**, **Multimedialidad** e **Interactividad**, y de los **Géneros** con los que formula su producción de noticias.

Esas específicas propuestas teóricas con las que se fundamenta este trabajo se describen a continuación.

### 2.1 El contexto contemporáneo

#### 2.1.1 La Sociedad de la Información

A mediados de la segunda mitad del siglo pasado comienza a surgir dentro de los pensadores teóricos del primer mundo la necesidad de conceptualizar ese momento actual -y que para entonces apenas estaba en sus inicios-, en el que la conectividad, la digitalización y el desarrollo de tecnologías y dispositivos que mejoraban el tratamiento de la información y los procesos de comunicación, estaban permitiendo ya revolucionar esquemas de diversas índoles: económicos, sociales, políticos, culturales.

Se habló del advenimiento de una sociedad post-industrial, y diversos planteamientos de diferentes autores acabaron por decantar en la denominada “Sociedad de la Información”. No es posible identificar con precisión al teórico ni al campo de conocimiento específico que acuñara el término. Tal logro es

otorgado a diferentes personas por diferentes autores: por ejemplo, Martin Hilbert señala que el concepto fue creado por el economista Fritz Machlup en 1962 (Peres, 2009: 28); mientras que Guiomar Salvat Martinrey indica que el sociólogo Daniel Bell lo denominó así en 1979 (Salvat, 2011: 16).

Fue la adopción del concepto por diversos organismos multinacionales lo que finalmente permitió su consolidación y masificó su aceptación; aunque aún el término es criticado con argumentos diversos. Según Ramaris Albert, quien a su vez se basa en un recorrido histórico ofrecido por Armand Mattelart, la primera ocasión en que la noción “Sociedad de la Información” se usó públicamente fue en 1974 durante un encuentro de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico); y cuatro años más tarde la adopta oficialmente el Consejo de Ministros de la Unión Europea (Albert, 2011: 16).

La propuesta se mundializó finalmente a partir de 1995 tras una reunión del G7 en Ginebra, organizada con el propósito de tratar de forma específica el fenómeno socio-económico-político-cultural de la Sociedad de la Información. Los representantes de la comunidad internacional agrupados en la ONU, se sumaron a la propuesta de manera definitiva al integrar la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), acontecida también en Ginebra en 2003, y luego en Túnez en 2005 (Salvat, 2001: 22). Así, finalmente, el concepto acabó siendo una teoría descriptiva y un proyecto de sociedad. En su declaración de principios, la primera cumbre establece:

Tenemos la firme convicción de que estamos entrando colectivamente en una nueva era que ofrece enormes posibilidades, la era de la Sociedad de la Información y de una mayor comunicación humana. En esta sociedad incipiente es posible generar, intercambiar, compartir y comunicar información y conocimiento entre todas las redes del mundo. Si tomamos las medidas necesarias, pronto todos los individuos

podrán juntos construir una nueva Sociedad de la Información basada en el intercambio de conocimientos y asentada en la solidaridad mundial y un mejor entendimiento mutuo entre los pueblos y las naciones. Confiamos en que estas medidas abran la vía hacia el futuro desarrollo de una verdadera sociedad del conocimiento.<sup>3</sup>

La vasta bibliografía que desde hace unas décadas se viene produciendo para documentar y evidenciar el advenimiento de esta nueva era, revela que hay un común acuerdo sobre su realidad. Lo que aún no produce consenso es el cómo denominarla. A pesar de su amplia aceptación, el término “Sociedad de la Información” es cuestionado desde ángulos variados:

“No estamos en la sociedad de la información o del conocimiento, al menos no más de lo que hemos estado en otros periodos históricos”, dictamina el sociólogo español Manuel Castells (Albert, 2011: 23). “Una de las principales críticas que el concepto Sociedad de la Información ha recibido (...) es la incapacidad de que las poblaciones y territorios más pobres tengan acceso a este nuevo modelo, tal como ocurrió en su día con la sociedad industrial”, señala la comunicadora Ramaris Albert (Albert 2011: 20). La Sociedad de la Información es una nueva y avanzada fase del imperialismo capitalista, observó el belga Mattelart (Salvat, 2011: 30). “‘Sociedad de la Información’ es una etiqueta que se usa para designar una realidad y un proyecto de realidad. Pero, en principio, es solo eso: una etiqueta, un nombre. Sugestivo, sí, pero también inespecífico y engañoso”, establece el físico Ricardo Ruiz de Querol (Ruiz, 2007: 18).

---

<sup>3</sup> La completa Declaración de Principios puede ser consultada aquí:  
<http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop-es.html>

Para denominar esa revolución actual otros términos han sido propuestos, como Sociedad del Conocimiento<sup>4</sup>, Sociedad Digital, Sociedad Red, Sociedad Post-Industrial. Hasta ahora ninguno ha alcanzado la popularidad de la “Sociedad de la Información”.

En un libro dirigido a estudiantes de comunicación -elaborado con el acompañamiento del filósofo Vicente Serrano-, la profesora Guiomar Salvat ofrece un ensayo de definición de esta nueva era bajo el nombre y apellido de Sociedad de la Información:

Sociedad en la que la información pasa a convertirse en el factor decisivo de la organización económica, como consecuencia de la nueva tecnología digital, y que genera con ello cambios profundos en todos ámbitos de la vida: culturales, políticos y sociales, sobre todo determinados por la transformación de las condiciones espacio-temporales en las interacciones entre los miembros de esas sociedades. (Salvat, 2011: 24)

El debate sobre el nombre específico o “correcto” de esa revolución que acontece hoy por hoy resulta sin importancia para esta investigación. Sí importa establecer el contexto en el que se inserta. Por ello, el ángulo de enfoque teórico utilizado para visualizar el fenómeno que aquí se aborda será lo que se ha masivamente denominado como Sociedad de la Información.

---

<sup>4</sup> En el debate internacional producido desde la perspectiva de la Sociedad de la Información como proyecto, se ha planteado que “Sociedad del Conocimiento” será esa realidad que alcanzaremos con el creciente desarrollo actual, que llegará a permitir la igualdad de acceso y oportunidad de producción de conocimiento en todo el mundo.

### **2.1.2 La Sociedad Red**

La zona del globo terráqueo en la que se enfoca esta investigación se ubica en la periferia del área de auge del fenómeno de la revolución digital tecnológica, de esa información convertida en factor decisivo de la organización de la vida en sociedad. Es por ello que viene a ser necesario aportar ciertos puntos de vista de otro enfoque teórico relativo a la actualidad que aquí se aborda. La propuesta estructuralista de la Sociedad Red viene así a completar la perspectiva desde la que aquí se observa la “cosa” y el “caso” analizado. La razón que motiva la inclusión de esta específica propuesta teórica se resume en este seductor planteamiento de Manuel Castells:

Si bien no hay un único modelo de sociedad red, de la misma manera que no hubo un único modelo de sociedad industrial a imagen y semejanza de la Inglaterra del siglo XIX, la sociedad red se desarrolla en cada país según su historia, su cultura, su identidad y su tipo de vida. Con todo, se comparten características que permiten una denominación común: la organización de las actividades económicas, políticas, culturales o de vida cotidiana en torno a redes de relación basadas en las tecnologías digitales. (Castells, 2005).

Fue precisamente Castells quien acuñara el término y lo promoviera con ímpetu, tras su minuciosa observación y análisis de esta nueva era. Esta propuesta también enfrenta críticas y no goza de gran difusión en el debate teórico mundial. Es concreta, sin embargo. Es, además, según revelan los planteamientos de Castells, sustitutiva de la propuesta de Sociedad de la Información.

La Sociedad Red propone como elemento determinante de este nuevo período de la evolución humana, ya no la omnipresencia e importancia de la

información, sino el surgimiento de una reorganización a escala mundial basada en redes de núcleos sociales independientes (Salvat, 2011: 34). Basa su propuesta estructural en el internet (la red de redes), considerado por Castells como “el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación” (Castells, 2000).

El profesor suizo Felix Stalder, profundo estudioso y adepto de esta propuesta, señala como el alegato central de esta teoría la transformación de la organización en su elemento constitutivo, un cambio de las jerarquías a las redes. Según él, la perspectiva de Castells debe su forma a tres supuestos inherentes al pensar del sociólogo español: el holismo, el multiculturalismo y la apertura. (Stalder, 2006)

Castells identifica el inicio de la histórica transformación como una “accidental coincidencia” de tres diferentes tendencias interactuando de forma fortuita: la microelectrónica y la revolución de las TIC, comenzando con la creación del microprocesador en 1971; la crisis de la industrialización en el capitalismo occidental y el estatismo (tipo Unión Soviética) que sobrevino en ambos sistemas aparentemente a inicios de la década de 1970; y los profundos retos culturales montados por diversos movimientos sociales de “orientación libertaria” al final de los años 60.<sup>5</sup> (Stalder 2006: 3).

Así pues, a pesar del paralelismo de ambas teorías, aquí interesa fusionarlas como unos anteojos en los que la Sociedad de la Información es el marco, y la Sociedad Red son los lentes.

---

<sup>5</sup> Traducción del inglés realizada por el investigador.

## 2.2 La cosa: los cibermedios periodísticos

“Lo que pueda ser digital, lo será”, decía en los años 80 Nicholas Negroponte (Cerezo, 2009). La revolución digital<sup>6</sup> comenzó a trastocar los diferentes ámbitos de la actividad humana, y el periodismo<sup>7</sup> -basado en la búsqueda, el procesamiento y la comunicación de información- resultó ser un área sensibilísima al fenómeno. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) comenzaron a favorecer cada vez más esa búsqueda, registro y procesamiento de la información en el trabajo periodístico. También las TIC, y en específico el internet, en palabras de Castells posibilitaron “el surgimiento de (...) un nuevo sistema de medios de comunicación”. (Castells, 2005)

El año de 1994 es señalado por diferentes investigadores como el momento de aparición del periodismo en internet, tras el surgimiento de las primeras versiones web de periódicos en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica (Navarro, 2009: 36; Palacios, 2007: 15; García, 2007: 41). En todas partes del mundo, desde entonces, los medios periodísticos análogos fueron creando sus sitios web, y aparecieron también nuevos medios nativos digitales. Entonces comenzó a llamársele al asunto en términos como Periodismo Digital o Ciberperiodismo.

Pero la revolución no consistió únicamente en el simple uso de una nueva plataforma mediática. Esa plataforma y las TIC han resultado ser un huracán interminable que continúa transformando esquemas en la dinámica del

---

<sup>6</sup> El profesor Rafael Macau define: “Entendemos por digitalización la representación codificada de una señal mediante dígitos binarios (conjuntos de 0 y 1). A modo de ilustración, la representación de cualquier tipo de datos de información (gráfica, audio, video, fotografía, etc.) o de magnitudes físicas por medio de dígitos binarios” (Tubella, 2005: 1)

<sup>7</sup> Periodismo: “actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir obligatoriamente a fuentes verificables o a su propio testimonio”. Definición aportada por el doctor Enrique de Aguinaga, citado por David Caldevilla en su trabajo “El periodismo 3.0: El palimpsesto digital”. (Verón, 2011: 52)

periodismo. Ya hay mucho conocimiento empírico salido a luz gracias a las investigaciones que han venido acompañando este proceso, y que lo han observado desde múltiples ángulos. Pero los vientos de ese huracán parecen continuar en su apogeo.

“Las funciones esenciales del periodismo son eternas, lo que cambian son los métodos, que se multiplican y ofrecen nuevas perspectivas para transformarse y crecer” (Verón, 2011: 63). Sirva esta sentencia ofrecida por el estadounidense Jeff Jarvis para traer a foco la “cosa” que interesa en esta investigación: los cybermedios, definidos por el profesor Ramón Salaverría como “aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de publicaciones periodísticas.” (Salaverría, 2005: 13). Si bien esta sucinta definición ya ofrece una referencia útil, se aporta a continuación otra más amplia, realizada por el profesor Guillermo López:

Dentro de esta clasificación general, los cybermedios constituyen aquellos sitios web cuya finalidad esencial es el desarrollo y transmisión de contenidos informativos, esto es, aquellos sitios web que cumplen en internet el papel de los medios de comunicación social. Sus características diferenciales serían, fundamentalmente: a) la primacía del contenido propiamente periodístico (frente a otro tipo de oferta, como por ejemplo la venta de productos, los espacios de discusión, etc.); b) la sujeción a la actualidad en su temática; y c) el empleo de criterios periodísticos y profesionales en la generación de contenidos. (Palacios, 2007: 21)

### **2.3 El caso: el nivel de dinamismo y los géneros**

Esa observación empírica que ha venido acompañando el desarrollo del cyberperiodismo y los cybermedios ha logrado establecer -en consenso- específicas características inherentes al nuevo formato, que lo distinguen del



periodismo practicado desde y para los medios análogos. Dentro de esos factores distintivos, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son señalados (junto con la actualización) como las principales características de los cibermedios, referencia que se observa tanto en el contenido de la abierta Wikipedia<sup>8</sup> como en los trabajos de diversos investigadores (Verón, 2011; López, 2008: 19; Diaz, 2004: 9).

El profesor Guillermo López García y otros autores han propuesto el concepto “dinamismo” para determinar el “aprovechamiento que los nuevos medios hacen de las posibilidades que ofrece el soporte en línea –aplicación de técnicas hipertextuales, multimedia e interactivas y frecuente actualización.” (López, 2008: 19)

Los géneros periodísticos utilizados en la generación de contenido noticioso es otro ámbito que ha interesado a exponentes de la comunidad académica que investiga el ciberperiodismo. Se les ha otorgado incluso el nombre de “cibergéneros periodísticos”, pero su tipología es “aún deudora de sus ‘hermanos mayores’ convencionales (los denominados medios impresos y medios audiovisuales)”, según observa el mismo López García<sup>9</sup>.

Esta es una referencia básica de cada elemento:

### **2.3.1 Hipertextualidad**

El llamado “lenguaje hipertextual” fue un concepto acuñado por Vanner Bush<sup>10</sup>, y se refiere al sistema que permite crear accesos a nueva información mediante enlaces en los textos. En un sitio web, esos enlaces crean una ruta de nodos

---

<sup>8</sup> En su definición de “cibermedio”: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cibermedio>

<sup>9</sup> En esta cita el profesor Guillermo López García hace referencia a varias tipologías propuestas para los cibermedios, no sólo a los géneros.

<sup>10</sup> Según una cita de Perez-Luque en 1998 (Verón, 2011: 54), ofrecida por Caldevilla en el mismo trabajo señalado en la página anterior.

que permite la no-linealidad en la lectura. Además de los enlaces en los textos, puede haber enlaces desde y hacia material audiovisual, a lo que se llama hipermedia. Ambos recursos son con frecuencia tomados en cuenta dentro de lo que en las investigaciones se determina sólo como “hipertextualidad” en un medio. (Verón, 2011: 172)

El aporte de la hipertextualidad en el ciberperiodismo, según se ha investigado, radica en la ya mencionada no-linealidad, y en la posibilidad de ofrecer contexto, contraste y acceso a fuentes originales de información y bases de datos.

### **2.3.2 Interactividad**

El surgimiento de la Web 2.0<sup>11</sup> trajo consigo la potencialización de la interactividad, es decir, de la participación del público en diversas dinámicas relacionadas a los contenidos. Antes, en los tiempos de la Web 1.0 la interactividad se limitaba, si acaso, a la retroalimentación no pública. Hoy muchos autores dan gran valor a la interactividad. Citando la investigación de Javier de Sola y Ricardo Zugasti: “La interactividad es una de las características más destacadas de la prensa online. Es evidente que Internet ha abierto la puerta a la participación directa de los lectores y ha potenciado notablemente la presencia de los públicos como elementos activos en el proceso de la comunicación” (Verón, 2011: 152)

### **2.3.3 Multimedialidad**

La convergencia digital lograda con la reciente evolución de las TIC hizo accesible y de fácil uso la integración de diversos formatos mediáticos: textos, audios, fotografías, videos, gráficos, en un mismo contenido (de allí el

---

<sup>11</sup> “El término ‘Web 2.0’ se refiere a sitios Web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios. Con frecuencia el concepto es comparado y contrastado con la ‘Web 1.0’” (Briggs, 2007, 32).

compuesto nombre de “multi” y “media”). Así, el ciberperiodismo tiene consigo las herramientas comunicativas de todos los otros medios. (Fonseca, 2008: 9, 11; Navarro, 2009: 38)

#### **2.3.4 Cibergéneros**

La profesora mexicana Lizy Navarro advierte que los medios “on line” recurren a los conceptos claves de la redacción periodística en general, incluido aquí los estilos y los géneros (Navarro, 2009: 5). Esta observación es compartida por la comunidad de investigadores, y así desde hace varios años surgieron propuestas de categorización de los géneros usados en el ciberperiodismo.

Los profesores Javier Diaz Noci y Ramón Salaverría se animaron a proponer una taxonomía desde la ciencia del texto “que tan buenos resultados ha dado para las noticias impresas, y que permite incorporar los diferentes aspectos de la teoría del hipertexto” (Diaz, 2004: 21). Basándose en la herencia de la formulación de géneros en la producción informativa de los medios análogos, ellos proponen una clasificación de “cibergéneros periodísticos” que comprende géneros: Informativos (la nota), Interpretativos (la crónica y el reportaje), Dialógicos (la entrevista, el foro, el chat, la encuesta), de Opinión (tradicional y debate) y la Infografía. (Palacios, 2007: 24)

He aquí, pues, la descripción del caso y de la cosa visualizada con los anteojos ya mencionados.

### **3. Metodología**

Esta es una investigación diagnóstica (estudio descriptivo) que se realizó mediante el análisis de contenido y fue estructurada en tres etapas: la primera consistió en establecer la población de estudio, la segunda en la aplicación de

variables sobre esa población, y la última en el procesamiento de los datos obtenidos.

### 3.1 Procedimiento para establecer población objeto de estudio

Debido a la falta de información anterior sobre la población de interés, la etapa de establecimiento de la misma resultó en 2 fases y 3 filtros que permitieron realizar una lista en la que fueron tomados en cuenta los sitios web que cumplieran con los siguientes tres parámetros de inclusión:

- a) el contenido es producido por el cibermedio,
- b) el contenido está sujeto a la actualidad de su temática,
- c) se emplean criterios periodísticos y profesionales en la generación de ese contenido.

Se desarrolló una tabla para llenar la lista, cuyos campos correspondían a los que se muestran abajo:

Nombre	Dirección	Zona de interés	Temática	Idioma	Comentario
Título oficial del cibermedio	URL de la página principal	La región que aborda periodísticamente	Sobre la cual comunica periodísticamente	Lengua con la que proyecta su contenido	Campo abierto para anotaciones de interés

*Tabla 1: Tabla básica de enlistado.*

Las fases de enlistado consistieron en ingresar en la tabla todo sitio web que proyectara contenido de noticias, sin aplicar todavía los tres criterios de inclusión señalados arriba.

### **3.1.1 Primera fase de enlistado**

El primer recurso para alimentar la tabla fue la lista de sitios web mediáticos (Hopmann, 2012: 33) del ya mencionado estudio de CINCO, de entre los que se descartó aquellos que no ofrecían contenido periodístico. A continuación, se amplió la fase con una búsqueda específica en línea – utilizando el buscador Google<sup>12</sup>- de aquellos sitios web de medios periodísticos conocidos por el investigador, tanto análogos (impresos, televisivos y radiales) como solamente digitales.

Esta fase se completó con nuevas búsquedas con Google utilizando como criterios de rastreo las palabras “Noticia” seguida, cada vez, por el nombre de los 15 departamentos y las 2 regiones autónomas en las que se divide Nicaragua.

Hasta aquí, la tabla de recopilación contaba con una lista de 30 individuos.

### **3.1.2 Segunda fase de enlistado**

Un segundo momento que buscó detectar, sobre todo, cibermedios sólo digitales y enfocados a zonas más reducidas que el departamento, es decir, de cobertura municipal, se desarrolló realizando, una vez más, una búsqueda en línea con Google. Esta vez, las búsquedas utilizaron como criterio la palabra “Noticia”, la palabra “News”, combinadas, cada vez, con cada uno de los nombres de los 153 municipios que comprenden el territorio nacional.

---

<sup>12</sup> La elección de Google como buscador se debe a su mantenida primera posición como motor de búsqueda en el mundo. Para Abril de 2012 el buscador era clasificado como número uno con un 78.64% de preferencia, seguido muy de lejos por Yahoo! con 7.71%, según el sitio web desarrolloweb.com, que se basó en un ranking de marketshare.hitslink.com. Ver: [http://www.desarrolloweb.com/de\\_interes/ranking-buscadores-abril-2012-6901.html](http://www.desarrolloweb.com/de_interes/ranking-buscadores-abril-2012-6901.html)

Durante este proceso fueron tomadas en cuenta las primeras 10 páginas de resultados de las combinaciones “Noticia + Nombre de Municipio”, y las primeras 5 de las combinaciones “News + Nombre de Municipio”.

Al concluir esta segunda fase inclusiva, la lista total de cibermedios periodísticos se amplió a 79 individuos.

### **3.1.3 Filtros de resultados**

Para depurar la población de estudio se previó la ejecución de tres momentos de filtro, a realizarse el primero tras concluir las fases de enlistado, el segundo al alcanzar la mitad de las fechas de aplicación de variables, y el tercero al concluir esas fechas.

Así, pues, el primer filtro consistió en revisar los sitios web de los cibermedios enlistados para verificar el cumplimiento de los tres criterios de inclusión. Como resultado, 12 sitios web fueron eliminados de la lista tras observarse: que las noticias proyectadas no eran producidas por ellos, sino tomadas íntegras de otros cibermedios más activos; que la dirección web no funcionaba; y que aunque era el sitio web de un medio noticioso análogo, no ofrecía contenido periodístico sino que fungía como espacio de carácter institucional. En el primer caso, el de replicación de contenido, fue posible detectar la toma de noticias utilizando en el buscador de Google el recurso de las comillas<sup>13</sup> (“”) para encontrar la presencia del mismo texto en sitios web diferentes.

La lista de cibermedios a los que se aplicó las herramientas estuvo compuesta por 67 individuos.

---

<sup>13</sup> Usadas como recurso operador booleano.

Tanto el segundo como el tercer filtro detectó para eliminación aquellos sitios web que en el transcurso de la aplicación de herramientas dejaron de funcionar; que ofrecieron menos de 5 ó 0 nuevos contenido periodístico desde el inicio de la aplicación de las variables; o que operaban fuera de Nicaragua, según se pudo verificar en la información institucional y las noticias publicadas. El resultado de aplicación de estos dos filtros se aborda más adelante, en la sección de Resultados.

### **3.2 Construcción y aplicación de variables**

Ya se ha establecido como propósitos de esta investigación el poder observar y determinar el uso que desarrollan los cibermedios periodísticos nicaragüenses de enlaces, elementos multimedia, recursos de interactividad y géneros. Para ello, se procedió a la elaboración de herramientas variables que permitieran realizar una medición.

La estructuración de esas herramientas tomó como referencia la propuesta metodológica colectiva “Ciberperiodismo: Métodos de Investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada”. Algunas adaptaciones fueron aplicadas para hacerlas acorde al caso nicaragüense, carente de investigaciones previas similares.

Las variables de esas herramientas fueron ordenadas en dos secciones, denominada la primera “Análisis de los cibergéneros” y la segunda “Análisis de los recursos hipertextuales, multimediales y la interactividad”.

Para lograr la observación del comportamiento de los individuos de la población, se determinó aplicar las herramientas en el período comprendido entre Junio y Agosto del año 2012. El detalle de aplicación se explica en el acápite de cada sección.

### **3.2.1 Sección 1: Análisis de los Cibergéneros**

El objetivo de esta sección fue determinar los géneros noticiosos que está utilizando cada uno de los cibermedios que forman parte de la población, durante el período de monitoreo. La lista de géneros, o cibergéneros, fue elaborada a partir del cuadro de propuesta de los profesores Palacios y Salaverría (Palacios, 2007: 24). De ella, fue descartado el recurso de “chat” e “infografía”. La estructura de aplicación fue la siguiente:

*Variable P1: Cibergéneros periodísticos*

Fechas: 4 mediciones

Por cada cibermedio se obtuvo 4 controles, resultantes de cada fecha de aplicación. Así, se pudo establecer no sólo cuáles cibergéneros periodísticos usa, sino también una referencia de frecuencia: todo el tiempo (4/4), con regularidad ( $\frac{3}{4}$ ), la mitad del tiempo (2/4), poca regularidad (1/4) y nunca (0/4).

Por asuntos de formato de página, la herramienta de aplicación de ésta y las otras variables se han dispuesto en los anexos: Tablas 9, 10, 11, 12 y 13.

### **3.2.2 Sección 2: Análisis de los recursos hipertextuales, multimediales y la interactividad**

El objetivo de esta sección es determinar el nivel de uso de los recursos expresivos –comprendidos en la hipertextualidad y la multimedialidad- y la interactividad que cada uno de los cibermedios utiliza para proyectar su contenido e interactuar con su audiencia. Para ello se estructuraron 3 variables.



### *Variable P2: Hipertextualidad*

Fechas: 8 mediciones

Durante 8 fechas fue aplicada esta variable a toda la población de cibermedios. En cada aplicación se observó 5 diferentes piezas periodísticas y se determinó el uso de enlaces a otros nodos que se relacionaban directamente con el contenido del tema de la noticia. Se registró la presencia de enlaces relacionados tanto dentro de la pieza (enlaces en el texto o en el cuerpo principal de la pieza noticiosa), en un cuadro de variante “P” (de pieza); y enlaces relacionados presentes en la estructura de la página específica donde se muestra la pieza, en un cuadro de variante “M” (de marco).

El resultado fue un conteo de 80 controles por cada cibermedio (8 fechas por 5 piezas durante cada una, en 2 variantes: P y M), en los que se registró la presencia o ausencia de enlaces a nodos relacionados. Así fue posible establecer el nivel porcentual general de hipertextualidad usado en el medio; y un nivel diferenciado entre enlaces en la Pieza y enlaces en el Marco.

### *Variable P3: Multimedialidad*

Fechas: 8 mediciones

Durante cada fecha fue monitoreado el uso o no uso de recursos multimediales en la proyección de las noticias. A cada cibermedio se le aplicó la tabla de control de la variable P3, en la que se registró la presencia de piezas textuales, de sonido, de video, de infografía o de aplicaciones<sup>14</sup>. Esta tabla fue una adaptación de la clasificación de recursos multimedia propuesta por el ya mencionado documento de Palacios y Diaz Noci. (Palacios, 2007: 30)

---

<sup>14</sup> De las aplicaciones fueron excluidos los gadgets y widgets debido a la facilidad de inclusión de los mismos y a la diversidad no relacionada con la proyección de noticias, sobre todo en sitios web de formato blog.

Las piezas tomadas en cuenta fueron aquellas de actualidad, que aportaban contenido noticioso ya sea como pieza principal o complementaria en una noticia, y que fueron producidas por el cibermedio. Debido a esa última característica, no fueron tomadas en cuenta las piezas multimedia que fueron producidas por el equipo de otro cibermedio, por agencias internacionales o por otro autor no mediático.

En el caso de los cibermedios de mayor producción de noticias, se rastreó la presencia de las distintas piezas multimedia en no más de los anteriores tres días a partir del día de aplicación de la variable. Para los cibermedios de menor producción, se tomó en cuenta las piezas publicadas a partir del día siguiente a la última fecha de aplicación.

Al finalizar los controles se contó con una muestra que recogió 8 resultados, con lo que se pudo diagnosticar la frecuencia de uso de los recursos multimedia en la proyección del contenido periodístico por cada cibermedio.

#### *Variable P4: Interactividad*

Fechas: 1 aplicación.

Al concluir las fechas de registro de datos para las variables P1, P2 y P3, se realizó en la población estudiada la aplicación de la cuarta herramienta, que buscó registrar el uso de elementos que aportan interactividad con el público. Esos elementos fueron agrupados en 3 categorías: Retroalimentación, Gestión de contenidos y Participación. Debido al número de elementos, la variable fue dividida en dos partes (dos tablas: variables P4.1 y P4.2).

La estructura de los elementos que conforman esta variable fue construida por el investigador, basándose en aportes encontrados tanto dentro de la propuesta de Palacios y Díaz Noci (Palacios, 2007: 31), como en el estudio “Hipermedia e

Interactividad en el periodismo digital colombiano”, de Sergio Llano Aristizábal. (Llano, 2005)

En la primera tabla se llevó control de los valores de las dos primeras categorías. Cada cibermedio fue observado para detectar el uso de los elementos de Retroalimentación (correo electrónico personal de periodistas; correo electrónico general del medio; formulario de feedback) y de Gestión de contenidos (sindicación -General y Diferenciada-<sup>15</sup>, motor de búsquedas internas y archivo histórico).

En la segunda tabla se llevó un conteo de los elementos que fueron agrupados en la categoría Participación. Los mismos están divididos en dos subcategorías: Participación Autorial, o sea, en la que el usuario participa a título personal y deja -normalmente- su nombre publicado o un alias (comentarios, foros, blogs); y Participación Comunitaria, en la que el usuario participa como parte de un colectivo (calificar noticias, encuestas, consultas realizadas por usuarios).

Variables	Fechas de aplicación de Variables								
	10/6/12	26/6/12	5/7/12	11/7/12	20/7/12	2/8/12	11/8/12	20/8/12	24/8/12
P1	1			2		3		4	
P2	1	2	3	4	5	6	7	8	
P3	1	2	3	4	5	6	7	8	
P4.1									1
P4.2									1

Tabla 2: Orden de aplicación de variables según fechas.

### 3.3 Procesamiento de datos

El levantamiento de las observaciones para cada una de las variables se realizó por medio de tablas de Excel, utilizando los criterios: asterisco (\*) para una

<sup>15</sup> “General” se refiere a la posibilidad de suscribirse a toda la producción del cibermedio mediante cualquier canal de sindicación. “Diferenciada” es cuando tal suscripción se puede hacer de forma independiente desde varias de las diferentes secciones del sitio web; como suscribirse a la sección de “economía” de tal cibermedio.

observación positiva, y equis (x) para una observación negativa. También se utilizó el criterio guión (-) para reportes perdidos, que resultó importante para indicar cuándo un medio de poca frecuencia de actualización no cumplía todos los controles, o cuando algunos medios analizados estuvieron fuera de línea durante uno de los controles. Otros criterios utilizados en la variable P4.1 fueron la letra G para la sindicación general, y la letra D para la diferenciada.

Al concluir los controles, todos los registros positivos (\*) fueron sustituidos por la cifra 1. Los registros negativos por la cifra 2. Los perdidos (-) por 99. Y los registros G por 3, y D por 4.

Las tablas resultantes, más la tabla básica de enlistado, fueron exportadas al programa Acces, con el que se realizó una relación entre todas ellas y se armaron las matrices que permitirían los posteriores cruces de variables.

Estas matrices fueron de nuevo llevadas a Excel, que se utilizó esta vez como puente para transferir finalmente la información al programa estadístico SPSS, con el que se realizaron los cruces.

## **4. Resultados**

En el año 2012, y para ser más específico: en la primera mitad del 2012, opera en Nicaragua una población de 48 cibermedios periodísticos que producen de forma regular contenido de actualidad, procesado con criterios periodísticos y profesionales. Este es el primer gran hallazgo de la investigación.

El número de 48 fue obtenido luego de la aplicación de los últimos 2 filtros señalados ya en la parte de metodología. Con el primer filtro, aplicado al llegar a la mitad de las aplicaciones de variantes (es decir, tras alcanzar la cuarta fecha en las variantes de ocho aplicaciones –las más largas–), un total de 14

individuos fueron eliminados por las razones: nula producción nueva desde el inicio de aplicación de variables, noticias tomadas de otros cibermedios, dejaron de funcionar. Durante el tercer y último filtro, aplicado al finalizar todas las fechas, otros 5 individuos más fueron descartados: la producción de contenido fue inferior a 5 noticias desde la primera fecha de aplicación de variantes, sólo ofrecían titulares sin desarrollo de la noticia.

Esos mismos filtros permitieron verificar las caracterizaciones básicas de los cibermedios periodísticos tomados en cuenta en esta investigación. Así, se obtuvo las tipologías de “Temática”, “Idioma”, “Zona de interés” y “Tipo de cibermedio”, que se abordan a continuación.

#### 4.1 Categorizaciones básicas

**Tipos:** Esos 48 cibermedios fueron caracterizados según su origen: versiones web de medios análogos, o cibermedios sólo digitales. Los análogos se dividieron en Diario, Periódico no diario, Televisión y Radio. La distribución resultante fue:

Tipo de Cibermedio	Total
Sólo digital	21
Radio	12
Televisión	7
Diario	5
Periódico no diario	3
<b>Total</b>	<b>48</b>

Tabla 3: Población según tipo

#### Población según Tipo

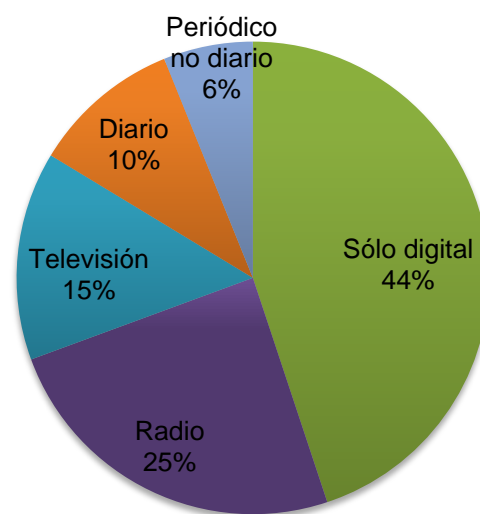


Gráfico 1: Distribución de población por tipo

A como se aprecia en el Gráfico 1, la cantidad de cibermedios periodísticos sólo digitales (nativos de este nuevo formato) resulta ya muy importante en el país; apenas inferior a la suma de todos aquellos que provienen de medios análogos. En esta categorización, esos cibermedios casi duplican en número al que le sigue en el orden.

La incursión en línea de los medios periodísticos análogos es liderada por los radiofónicos, seguidos por aquellos de formato impreso, dentro de los que se suman los diarios y las publicaciones no diarias. Resulta muy reducida la presencia en formato web de éstos últimos (se ubican hasta abajo en el escalafón). Los televisivos, aunque son terceros en la lista dentro de esta tipología, resultan ser, asimismo -en cantidad-, los de formato análogo que menos están presentes en la web, aunque la diferencia es de apenas un individuo en comparación con los impresos.

**Temática:** En la revisión de cuáles son los temas que esta población de cibermedios aborda en su trabajo de producción de contenido periodístico, se identificó como caracterizaciones principales a los de Temática General y Temática Especializada. Los primeros son aquellos que se interesan por un conjunto variado de temas, dentro de los que se ubica la política, la economía, la comunidad, el deporte, las artes y más. Los segundos son aquellos que han reducido su foco a uno, o unos cuantos de esos temas.

En el caso de esta población estudiada, las temáticas de interés para los cibermedios nicaragüenses especializados son tres. El

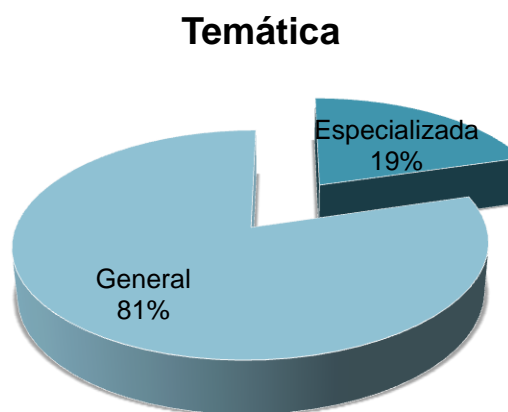


Gráfico 2: Distribución por temática

deporte, ya sea en general o enfocados aún más en una disciplina deportiva específica. El turismo, visto desde ángulos variados. Y la comunidad, que debe entenderse como aquella temática que aborda asuntos de interés para un segmento poblacional, como eventos culturales, actividades ambientales, eventos comunitarios sociales, y similares.

La distribución básica encontrada fue de 39 cibermedios con Temática General, y apenas 9 especializados.

En el caso de los de Temática Especializada, más de la mitad (6) enfocan su contenido a temas de Comunidad, seguidos por los deportivos (3) y finalmente los de turismo (2). Nótese que esta suma resulta en 11 individuos, lo que difiere de los 9 señalados en la categorización temática principal debido a que dos de ellos abordan tanto el turismo como la comunidad (vianica.com y delturnewsonline.com). El gráfico de distribución se ve a continuación:

### Temática Especializada

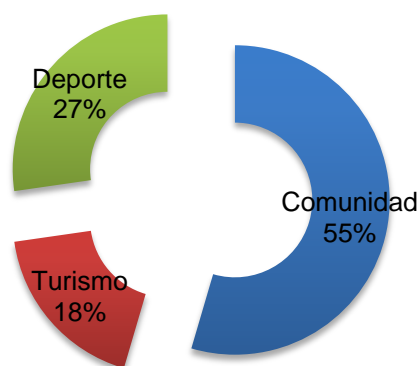


Gráfico 3: Distribución por temática especializada

Datos de interés obtenidos al contrastar las dos tipologías observadas hasta el momento son los siguientes:

Apenas 3 cibermedios provenientes de medios análogos son especializados, mientras que el resto son de Temática General. Los de tipo Televisión y Diario son todos generales en sus temas de enfoque. Dentro de los Periódicos no diarios, la mayoría son especializados, esto es: uno deportivo (nockout.com), uno de comunidad (delsurnewsonline.com), y uno general (envio.org.ni). Dentro de los de tipo Radio, hay solamente uno especializado en tema de comunidad (radiodinamica.com, específicamente en sucesos).

Más de la mitad de los cibermedios Sólo digital tienen temática general. Numéricamente, sin embargo, son el tipo de cibermedio con más individuos especializados.

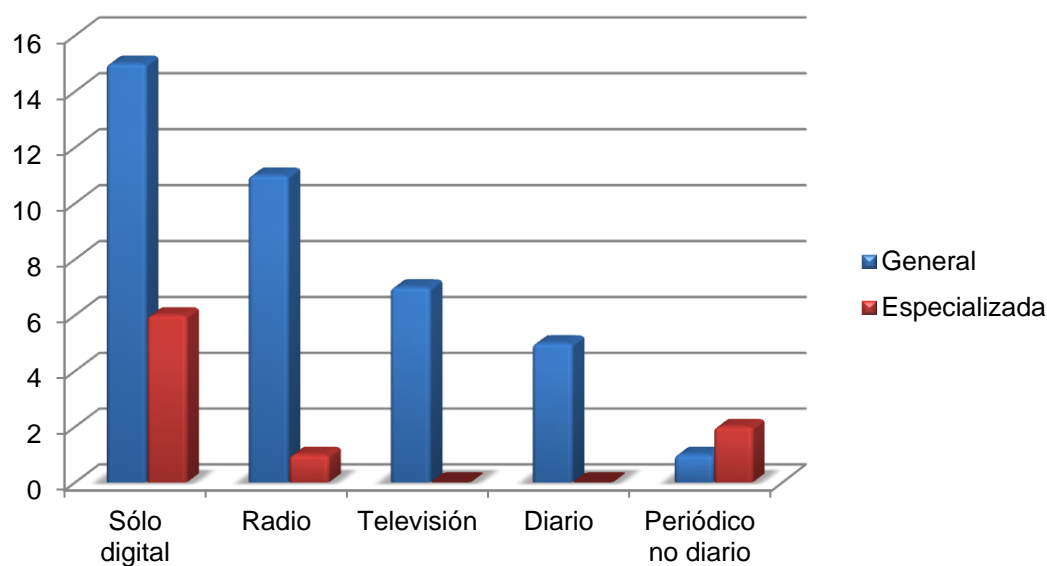


Gráfico 4: Contraste tipo y temática

**Idioma:** La inmensa mayoría de los cibermedios proyectan su contenido noticioso sólo en español; el 92% así lo hace (44 individuos). Luego, hay 3 que lo proyectan tanto en español como en inglés, para un 6% de cibermedios bilingües; y uno sólo que lo proyecta nada más que en inglés (2%).



Ese segmento de cibermedios bilingües corresponde a 2 Periódico no diario: envio.org.ni y delsumnews online.com, y a uno Sólo digital: vianica.com. Es también otro Sólo digital el que proyecta su contenido exclusivamente en inglés: nicaraguadispatch.com.

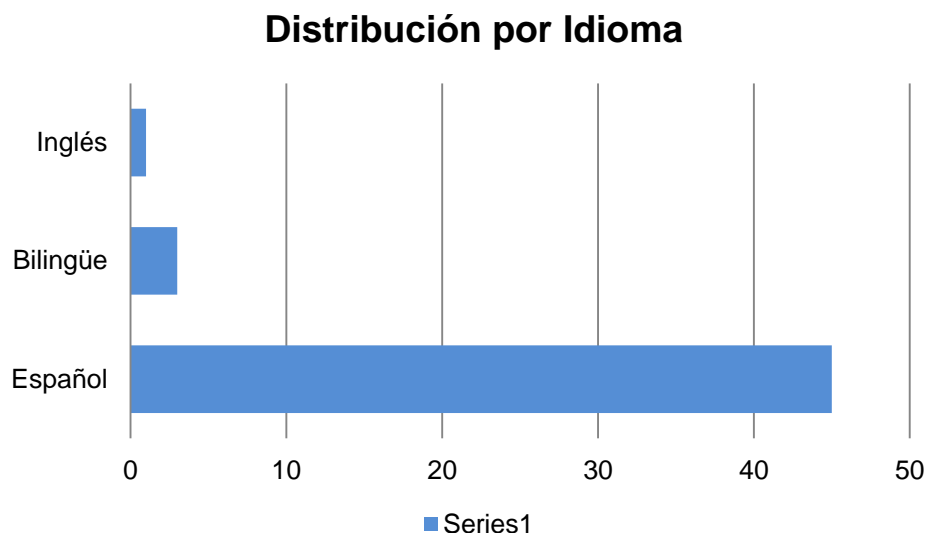


Gráfico 5: Población e Idioma

Al realizar una suma para tener totales absolutos, se obtiene que existe disponibilidad de contenido periodístico en español en 47 cibermedios (98% de la población), mientras que la misma disponibilidad en idioma inglés está en 4 cibermedios (8%).

**Zona de interés:** Cuatro zonas de interés en la cobertura periodística de los cibermedios fueron identificadas dentro de la población estudiada. Estas son Centro América, Nicaragua, Región Nacional (uno o varios departamentos del país) y Municipio (una sola municipalidad del país). Sí bien diversos de los cibermedios proyectan noticias de otras partes del mundo, se observó que las mismas son de agencias noticiosas internacionales por lo general, y que la producción propia se basaba en acontecimientos del país, así que su región de interés fue ubicada en la categoría Nicaragua.

La distribución porcentual resultante dentro de la población fue la que se aprecia en el siguiente gráfico:

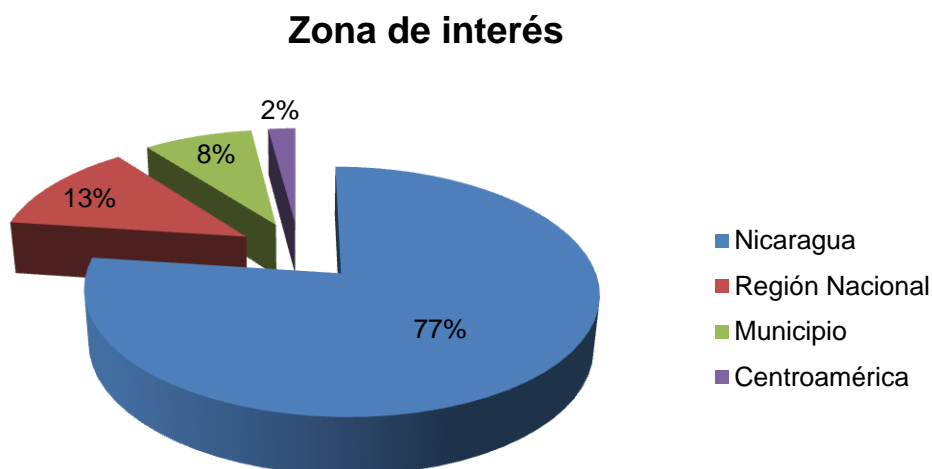


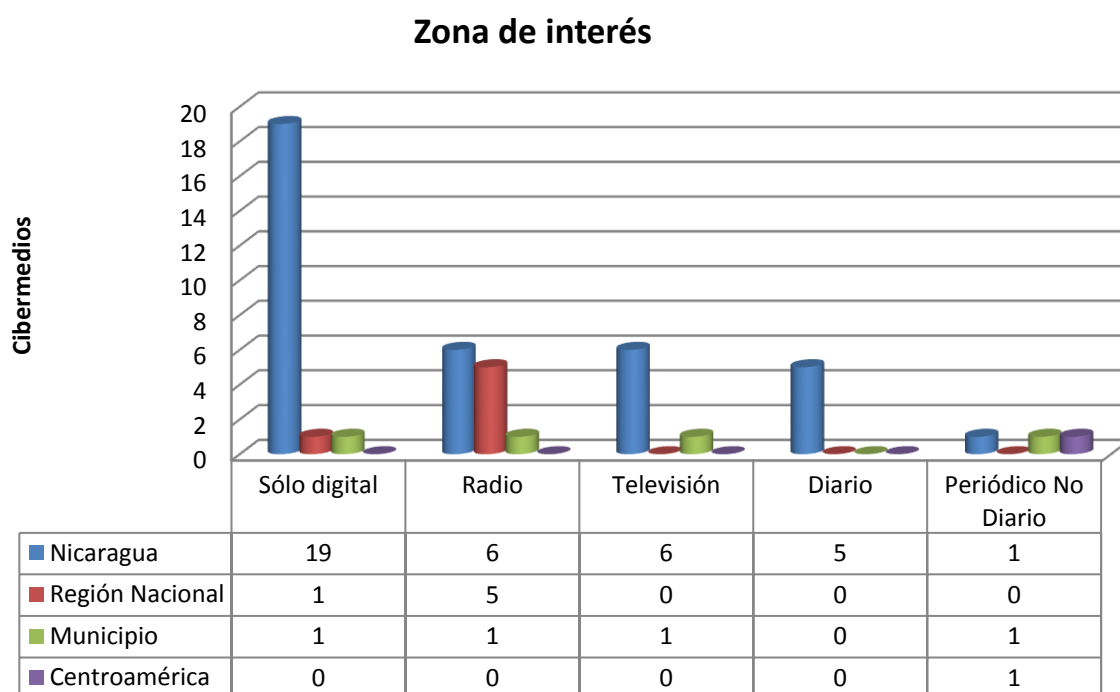
Gráfico 6: Distribución por Zona de interés

En números, esa distribución fue así:

- 37 cibermedios tienen como su zona de interés todo el país.
- 6 cibermedios (5 Radio y 1 Sólo digital) abordan una específica región de Nicaragua. Estos son: radioabcestereo997.com (zona norte), radiocentro870am.com (Chontales), radiovos.org (Matagalpa), radiodinamica103.com (Jinotega), radiouraccansiuna.com (RAAN), noticiasensomoto.tk (Matriz).
- 4 cibermedios abordan un municipio. Se menciona aquí que estos cibermedios publican eventualmente noticias de otras municipalidades vecinas, pero el grueso de su cobertura se enfoca en el municipio desde el que operan. Estos son: delturnewsonline.com (San Juan del Sur), radiocamoapa.com (Camoapa), laverdadnica.com (Granada), telenortenic.com (Estelí).

- 1 cibermedio produce contenido noticioso del área centroamericana. Este es envio.org.ni.

El siguiente gráfico ofrece un contraste entre los tipos de cibermedios y la zona de interés:



*Gráfico 7: Tipo y Zona de interés*

Resulta remarcable cómo solo en los cibermedios provenientes de la Radio y de los Periódicos no diarios, se registra una distribución en la que Nicaragua, como zona de interés, no engloba a la gran mayoría -o el total- de los individuos según tipo.

## 4.2 Hipertextualidad

Más de la mitad de los cibermedios periodísticos nicaragüenses no hace uso de la hipertextualidad en las noticias que publica. La aplicación de esta variable detectó en conteo general el uso de recursos hipertextuales en 16 cibermedios, contra 33 que no los usaron en ningún momento. Tal conteo engloba la presencia de hipervínculos relacionados con el tema de la noticia tanto en el cuerpo de la pieza, como en el marco de la misma. La distribución se representa en el Gráfico 8.

Dentro del segmento de población de cibermedios en los que sí se detectó el uso de enlaces hipertextuales, resulta notable que apenas en 5 de los 16 tal uso supera el 10%, y de ellos sólo 2 superan el 30%. En números valores, se observa que 6 de los 16 cibermedios apenas tuvieron 1 conteo positivo. La Tabla 4 ofrece los datos precisos de este segmento.

### Uso Hipertextualidad

■ Usan hipervínculos ■ No usan Hipervínculos

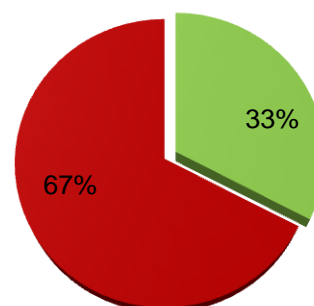


Gráfico 8: distribución por uso de hipervínculos

Uso de hipervínculos			
Cibermedio	Valores		Porcentaje
The Nicaragua Dispatch	30	<div style="width: 37.5%;"></div>	37.5%
ViaNica	26	<div style="width: 46.4%;"></div>	46.4%
La Prensa	11	<div style="width: 13.8%;"></div>	13.8%
Confidencial	10	<div style="width: 12.5%;"></div>	12.5%
Diario Nica	10	<div style="width: 14.3%;"></div>	14.3%
Conexiones	6	<div style="width: 8.1%;"></div>	8.1%
Correo para ciegos	4	<div style="width: 5.6%;"></div>	5.6%
El Nuevo Diario	4	<div style="width: 5.0%;"></div>	5.0%
NicaNoticias	2	<div style="width: 2.6%;"></div>	2.6%
Notifax	2	<div style="width: 2.5%;"></div>	2.5%
Huella Libre	1	<div style="width: 5.0%;"></div>	5.0%
La Voz del Sandinismo	1	<div style="width: 1.3%;"></div>	1.3%
Pinolero Sports	1	<div style="width: 1.3%;"></div>	1.3%
Radio Camoapa	1	<div style="width: 1.3%;"></div>	1.3%
Radio La Primerísima	1	<div style="width: 1.3%;"></div>	1.3%
Trinchera de la Noticia	1	<div style="width: 1.3%;"></div>	1.3%

Tabla 4: Cibermedios que usan hipervínculos

Nótese que la diferencia entre números valores y porcentajes radica en que por asuntos de frecuencia de actualización, no todos los cibermedios cumplieron con las 80 observaciones, por lo que obtuvieron valores perdidos que no fueron tomados en cuenta en las cifras porcentuales. Así, por ejemplo, mientras que The Nicaragua Dispatch cumplió los 80 conteos totales, ViaNica logró sólo 56.

Son los porcentajes los que permiten establecer una comparación más apropiada entre el comportamiento de un cibermedio y otro.

La distribución de estos cibermedios según tipo revela que son los Sólo digital los que más están haciendo uso del recurso de la hipertextualidad, con 11 individuos que así lo hacen. De los 5 que sobrepasan el 10% de conteo positivo, 4 son Sólo digital. La lista de 16 la completan 3 Diario (uno de ellos entre los 5 señalados en la línea anterior), y 2 Radio.

### Hipertextualidad según tipo

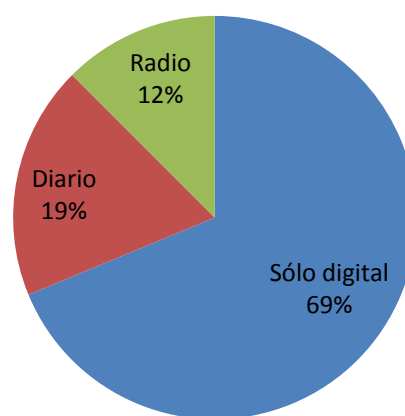


Gráfico 9: distribución hipertextualidad por tipo

El comportamiento varía dentro de este segmento cuando se observa por separado el uso de la hipertextualidad en la pieza o en el marco. Mientras que 15 cibermedios reportaron hipervínculos en la pieza, apenas 7 lo hicieron en el marco. Al contrastarse las listas, se encuentra con que sólo 6 de estos cibermedios combinan el uso de enlaces tanto en la pieza como en el marco.

Resulta sobresaliente el uso de enlaces que realiza vianica.com dentro del contenido de sus piezas, con un conteo cercano al 100%. Pero es nicaraguadispatch.com el que mejor combina el recurso en ambos campos (pieza y marco) entre toda la población de cibermedios. Destacan también más abajo, tanto en combinación del recurso como en los conteos positivos, confidencial.com.ni, laprensa.com.ni y diarionica.com.

<b>Pieza: Uso de hipervínculos</b>		
<b>Cibermedio</b>	<b>Valores</b>	<b>Porcentajes</b>
ViaNica	26	92.9%
The Nicaragua Dispatch	13	32.5%
Diario Nica	8	22.9%
Conexiones	6	16.2%
Confidencial	4	10.0%
Correo para ciegos	4	11.1%
La Prensa	4	10.0%
Notifax	2	5.0%
El Nuevo Diario	1	2.5%
Huella Libre	1	10.0%
NicaNoticias	1	2.6%
Pinolero Sports	1	2.5%
Radio Camoapa	1	2.5%
Radio La Primerísima	1	2.5%
Trinchera de la Noticia	1	2.5%

Tabla 4: Hipertextualidad en pieza

Los cibermedios Sólo digital permanecen en el liderazgo del uso de este recurso, tanto en la lista de cibermedios que utilizan la hipertextualidad en las piezas como en la del uso en el marco. La distribución exacta se ordena así: de los 15 cibermedios que

<b>Marco: Uso de hipervínculos</b>		
<b>Cibermedio</b>	<b>Valores</b>	<b>Porcentajes</b>
The Nicaragua Dispatch	17	42.5%
La Prensa	7	17.5%
Confidencial	6	15.0%
El Nuevo Diario	3	7.5%
Diario Nica	2	5.7%
La Voz del Sandinismo	1	2.5%
NicaNoticias	1	2.6%

Tabla 5: Hipertextualidad en marco

reportaron hipervínculos en la pieza, 10 son Sólo digital, 3 son Diario y 2 son Radio; de los 7 que así lo hicieron en el marco, 5 son Sólo digital y 2 son Diario.

### 4.3 Multimedialidad

El desempeño de los cibermedios nicaragüense es variado en cuanto al uso de recursos multimedia. El Texto y la Foto son los de mayor uso. Aunque en menor cantidad, el Video y el Sonido (audio) están siendo utilizados, y abajo en la lista se ubica la Infografía. El único recurso que no registró ningún conteo positivo en toda la población y en todos los controles fue la Aplicación (App)<sup>16</sup>.

En esta primera parte del desarrollo de los resultados sobre Multimedialidad, las cifras son relativas a la detección de uso de cada recurso multimedia, aunque este haya sido mínimo o total por parte de los cibermedios. Por ejemplo, si un cibermedio que utiliza todo el tiempo para su proyección de contenidos noticiosos el Texto y la Foto, reportó también en un escaso control el uso de Audio, ese cibermedio formará parte de los resultados expuestos para Texto, Foto y Audio. La frecuencia de uso es abordada más adelante, en el desarrollo de los resultados particulares por cada recurso multimedia.

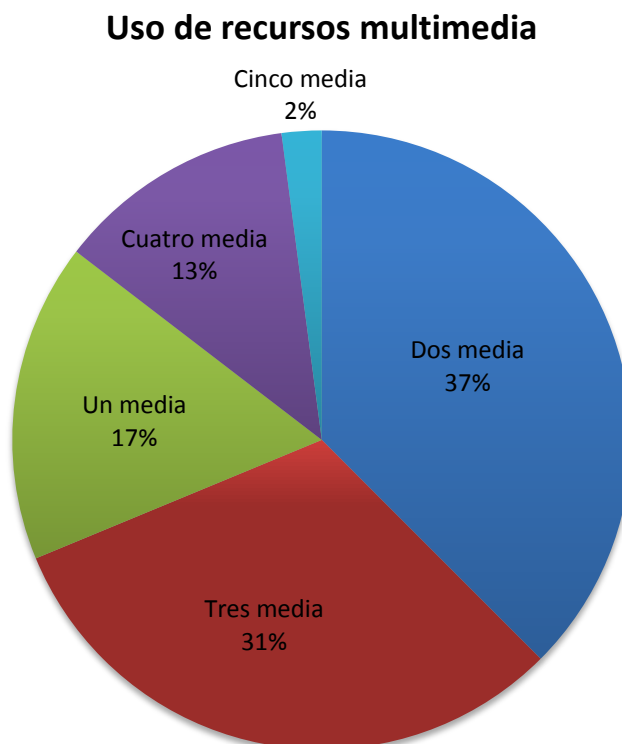
Uso de recursos multimediales		
Recurso	Cibermedios	Porcentaje
Texto	45	93.75%
Foto	40	83.33%
Video	23	47.91%
Sonido	8	16.66%
Infografía	3	6.25%
App	0	0%

Tabla 5: Población y uso multimedia

La tabla 5 mostrada acá arriba ofrece la perspectiva concreta de lo que se establece en el primer párrafo de esta sección, sobre cuantos cibermedios de la población estudiada utilizan cada uno de los diferentes recursos multimedia.

<sup>16</sup> Apenas dos semana después de concluidas las observaciones, La Prensa sacó la aplicación “Vívelo+”.

Cuántos recursos multimedia están usando los cibermedios de la población analizada. Los resultados de los controles permitieron agrupar a los 48 individuos analizados según el número de recursos multimedia que fueron detectados en su proyección de noticias. Esto ha permitido apreciar que las mayores cantidades de individuos se concentran en el uso de dos media<sup>17</sup> (18 individuos) y tres media (15). Abajo siguen los que usan un media (8) y cuatro media (6). Termina la lista un único individuo (1) en el que se detectó el uso de cinco media.



*Gráfico 10: distribución por uso multimedial*

El diseño de la variable permitió ir más allá, y apreciar la distribución de las combinaciones multimedia encontradas con la población. Así fue posible conocer la existencia de 8 diferentes tipos de combinaciones, en las que Texto+Foto resulta ser la más utilizada entre los cibermedios, seguida por la triple combinación Texto+Foto+Video. Consúltense en la siguiente página un gráfico completo que ofrecen el detalle de toda esta distribución.

Entre los hallazgos destacados están:

<sup>17</sup> La palabra “media” se refiere aquí a “recurso multimedia”.



- La mayoritaria combinación de dos media es exclusiva del mix Texto+Foto. Este segmento es liderado por los Sólo digital con 9 individuos, seguidos por 4 Radio, 3 Diario y 2 Periódico no diario.
- Dentro de los cibermedios que solamente utilizan un media no se ubica ningún Sólo digital. Este segmento está compuesto por 4 Radio y 1 Periódico no diario que sólo utilizan Texto, y 3 Televisión que sólo utilizan Video.
- La combinación de tres media se divide en dos: la mayoritaria es Texto+Foto+Video con 12 cibermedios (7 Sólo digital, 4 Televisión y 1 Diario); seguida por Texto+Foto+Sonido utilizada por 3 Radio.
- El único cibermedio que mostró la combinación de 5 media es un Sólo digital, con el mix Texto+Foto+Video+Sonido+Infografía.
- La cuádruple combinación de media se compone de Texto+Foto+Video+Sonido en la que están 3 Sólo digital y 1 Radio; y de Texto+Foto+Video+Infografía de 1 Diario y un Sólo digital.

### Combinaciones multimedia

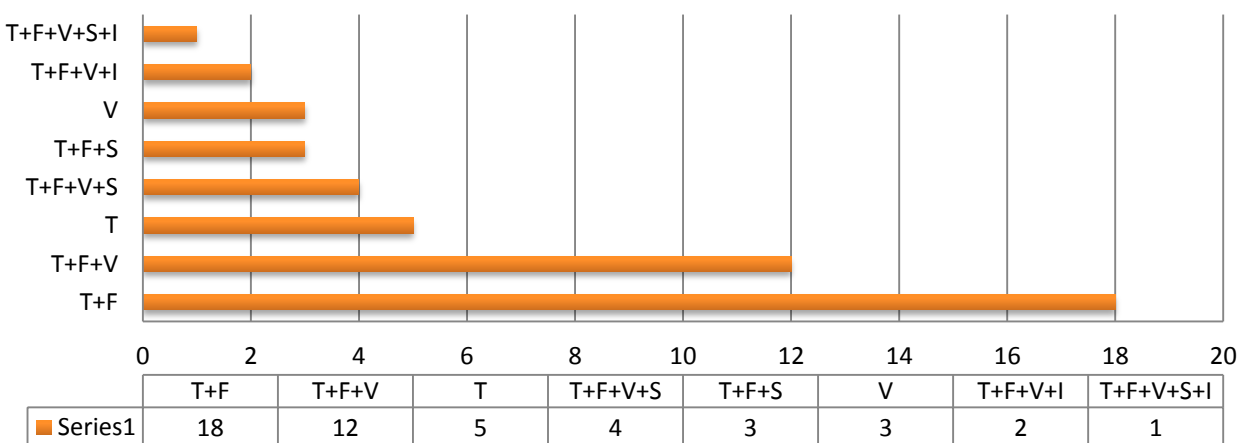


Gráfico 11: Población y combinaciones multimedia

Consúltense en los anexos la Tabla 15 que ofrece el detalle de esta amplia repartición mostrando los nombres de los cibermedios.

### 4.3.1 Resultados diferenciados según recurso multimedia

La frecuencia de uso de los diferentes recursos multimedia es diversa en los miembros de la población, a como ya se indicó. La variable utilizada propició observar si cada cibermedio utilizó o no utilizó los recursos durante cada control. Recapitulando: estos “tiempos de uso” muestran la frecuencia en que cada recurso fue detectado en la producción de noticias (y no en cada noticia) actuales según la fecha de control; lo que significó observar todas las noticias posteriores a la anterior fecha de control para los cibermedios de menor frecuencia de actualización, y de los últimos dos días anteriores más la fecha de control correspondiente para los de mayor frecuencia de actualización.

**Texto:** este recurso fue utilizado durante el 100% de las ocasiones controladas por la enorme mayoría de cibermedios (44 individuos). La única excepción la ofrece el Televisión canal10nicaragua.com, cuyo uso del recurso detectado en los controles correspondió al 50%. Luego, los otros 3 Televisión canal2.com.ni, multinoticiastv4.com y vivanicaragua.com.ni no lo usan del todo en su propia producción de noticias.

**Foto:** el uso de este recurso es también mayoritario, con 29 cibermedios que lo usan el 100% de las veces. Luego, hay otros 11 que lo usan en distintas frecuencias, que van desde el 87.5% al 25% de las veces. Finalmente, hay 8 que no lo usan nunca: 3 Televisión, 4 Radio y 1 Periódico no diario.

**Video:** se detectó el uso de este recurso en 7 cibermedios durante todas las fechas de control. Después hubo otros 16 que sí lo usaron en frecuencias diferentes, siendo la mínima 12.5%, y la máxima 85.7%. La mayoría de cibermedios, sin embargo, no lo usan del todo; esto es: 25 individuos.

**Sonido:** solamente 2 cibermedios Radio mostraron uso de este recurso todo el tiempo, y son radiomaranatha.fm y radiovos.org. Otros 6 cibermedios lo usaron

con menor frecuencia: los Sólo digital huellalibre.com (40%), conexiones.com.ni, confidencial.com.ni y futbolnica.net (todos con 25%); y los Radio radiocamoapa.com (37.5%) y radioabcsstereo997.com (12.5%).

**Infografía:** de los 3 cibermedios en los que se detectó el uso de este recurso, destaca el Diario laprensa.com.ni con 75%, seguido por los Sólo digital futbolnica.net con 37.5% y notifax.com.ni con 12.5%.

Para tener una visión detallada y comparativa del comportamiento de cada cibermedio en los controles de la variable Multimedia, búsquese en los anexos la tabla 14.

## 4.4 Interactividad

Es bajo el nivel de interactividad que ofrecen los cibermedios periodísticos de este país. Esto hace referencia al uso en el diseño web de recursos con los cuales el visitante tiene acceso a participar en las publicaciones, realizar gestiones con el contenido, o comunicarse con los periodistas o con alguna persona detrás del sitio web.

Las 12 variantes cuyo uso o no uso se observó en cada individuo de la población mediante las variables P4.1 y P4.2, permitieron establecer una escala general sobre lo que se denominó Nivel de Interactividad, cuyo orden se detalla en la Tabla 6. El gráfico 12 muestra dónde se ubican los individuos de la población estudiada. Luego, el gráfico 13 permite apreciar la distribución porcentual.

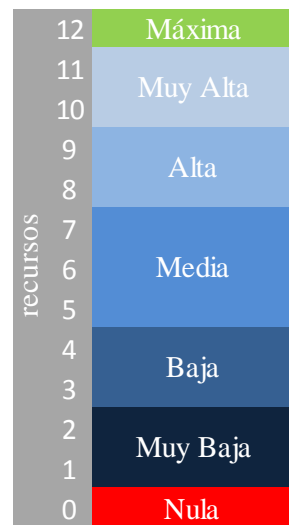


Tabla 6: Nivel de Interactividad

Los que mejor utilizan los recursos interactivos apenas llegan al nivel Medio. La más alta concentración se ubica en el nivel Bajo, donde está poco más de la mitad de la población. Otro tercio de la misma está en el nivel Muy Bajo. Sumados ambos niveles “Bajo”, se obtiene un global de 71% de la población.

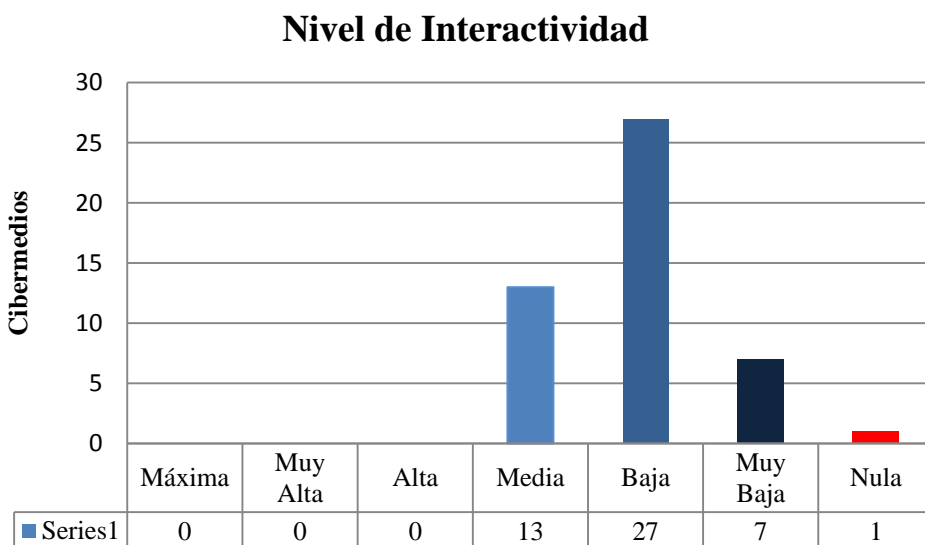
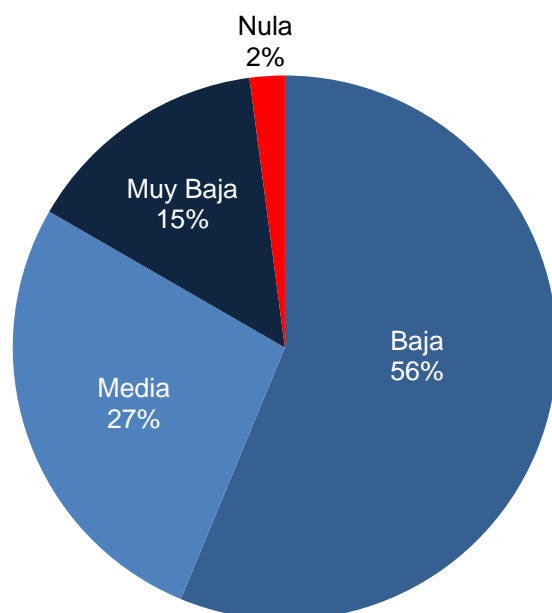


Gráfico 12: Población y Nivel de Interactividad

Incluso, hay un cibermedio que no ofrece ninguna posibilidad de interacción: [informepastran.com](http://informepastran.com).

Para apreciar el desempeño de cada cibermedio en estos primeros resultados globales, consúltese en los anexos la tabla 16.

### Distribución Nivel Interactividad



*Gráfico 13: Población en Nivel respectivos de Interactividad*

#### 4.4.1 Interactividad según categorías

A continuación se detalla por separado los hallazgos en la población en cuanto al uso de recursos según cada una de las tres categorías observadas: Retroalimentación, Gestión y Participación, y los elementos específicos que las conforman.

## Retroalimentación

La mayoría de los cibermedios dispone de algún elemento que permite al visitante enviar algún mensaje electrónico a los periodistas o a alguna persona que se encuentra del otro lado del sitio web del cibermedio. Aquí los elementos cuya presencia fue rastreada en los individuos de esta población fueron: el correo general del cibermedio, los correos de los periodistas que laboran en él, y un formulario que permita mandar mensajes directos.

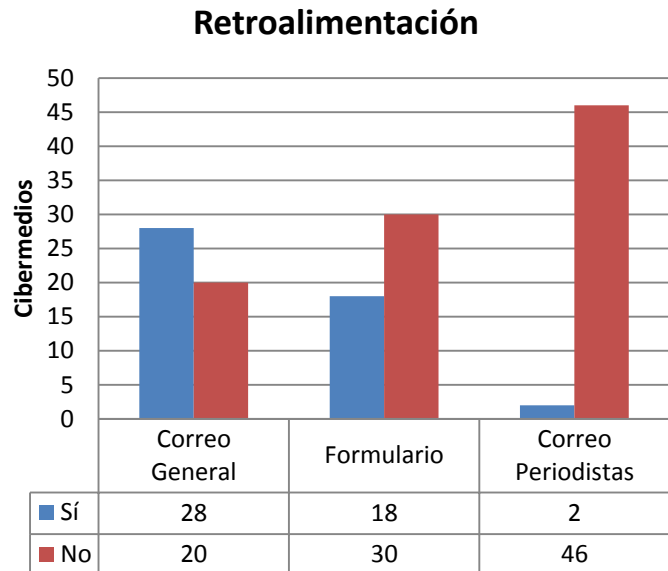


Gráfico 14: Distribución Retroalimentación

Ningún miembro de la población utiliza los tres elementos en combinación dentro de su sitio. Lo que predomina es la disposición de un solo elemento, que mayoritariamente es el correo general. También hay algunos cibermedios que ofrecen dos de esos elementos, combinación compuesta sobre todo por el correo general y el formulario. Luego, están 10 más (21% de la población) que no ofrecen ningún mecanismo de retroalimentación.

Poco más de la mitad de la población utiliza el correo general. Abajo sigue en el orden el formulario, utilizado por un 38% de la misma. Finalmente, el correo de los periodistas del cibermedio es dispuesto por apenas 2 de los individuos (eso es el 4%).

## Gestión

Esta categoría está compuesta por tres elementos que permiten al visitante realizar gestiones específicas con el contenido del cibermedio, las que son: suscribirse por medio de algún canal de sindicación a las actualizaciones de contenido, ya sea de forma general, o de forma diferenciada –o sea, desde alguna sección

específica-; buscar por medio de palabras o frases un contenido de interés, a través de un motor de búsquedas; y consultar versiones anteriores por medio de un archivo organizado.

La gran mayoría de los cibermedios dispone alguna de las funciones. Es apenas el 10% de ellos (5 individuos) el que no ofrecen ninguna de las alternativas. Entre esos que sí, la mayoría se agrupa en los que disponen 2 de los elementos, dentro de los que resulta mayoritaria la combinación archivo de noticias más motor de búsqueda, seguida por motor de búsqueda más sindicación.

De las tres categorías agrupadas en la variable de Interactividad, la de Gestión es la única en la que se detectó el uso (por muchos o pocos individuos) de todos los elementos que la componen.

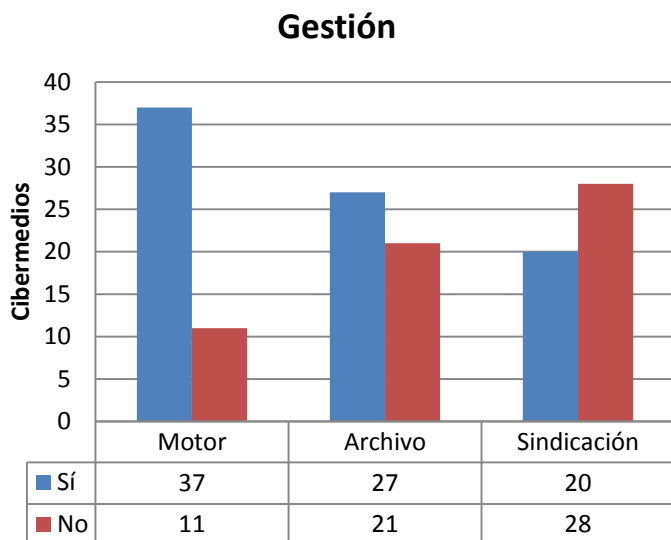


Gráfico 15: Distribución Gestión

El elemento más encontrado fue el motor de búsqueda, presente en el 77% de los cibermedios (37 individuos). Luego está el archivo histórico, usado por el 56% (27 individuos).

Finalmente, el recurso de sindicación es el único de esta tríada en el que son más los cibermedios que no la usan. El 42% (20) sí lo usa, y entre estos el formato

mayoritario es la sindicación general ofrecida por 17 cibermedios, completados por otros 3 que ofrecen la diferenciada.

### Gestión: combinaciones



Gráfico 16: Distribución combinaciones Gestión

### Participación

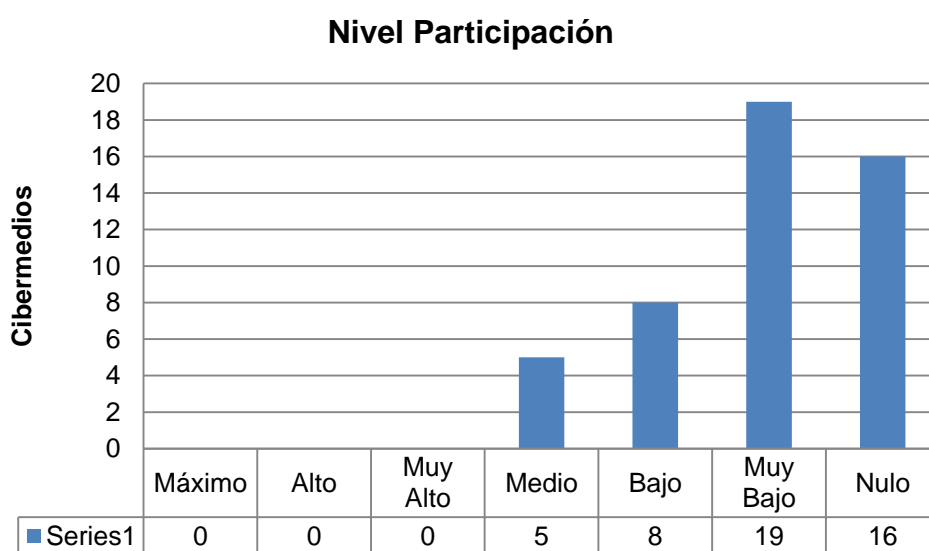
Es muy reducida la apertura que a sus públicos ofrecen los cibermedios periodísticos, en términos de participación en la creación o valoración pública de sus contenidos. Esta última categoría de Interactividad está compuesta por seis elementos que se dividen en dos subcategorías. La primera de ella es la participación Autorial –o sea, en la que el visitante se identifica mediante su nombre o algún alias-, constituida por los elementos comentario, foro y blog. La segunda es la Comunitaria –el visitante participa pero como parte de un colectivo-, compuesta por los elementos calificar noticias, encuestas o consulta de usuarios.

El número de elementos permitió establecer una escala similar, pero más sencilla, a la expuesta al inicio de esta sección. En ella los niveles según uso de



elementos por parte del cibermedio van desde Nulo (0 elemento usado), hasta Máximo (6 elementos utilizados). Los resultados obtenidos son peores.

Tres cuartos de toda la población se ubican en los niveles Muy Bajo (40%) y Nulo de apertura participativa (33%). Los que mejor lo hacen son los que utilizan 3 de los 6 elementos y se ubican en el nivel Medio (apenas son el 10%). Antes de ellos están los del nivel Bajo (17%). El Gráfico 17 muestra los niveles y la distribución de la población dentro de ellos.



*Gráfico 17: Población y Nivel de apertura de Participación*

En detalle por cada subcategoría, los hallazgos son los siguientes:

**Participación Autorial:** 30 cibermedios (63% de la población) ofrece a su público algún elemento participativo, que todo el tiempo es el comentario en las noticias. Para 21 de estos individuos ese es el único recurso utilizado, mientras que otros 9 lo combinan con el blog (son la mayoría: 8 de ellos) o con el foro (apenas 1: huellalibre.com).

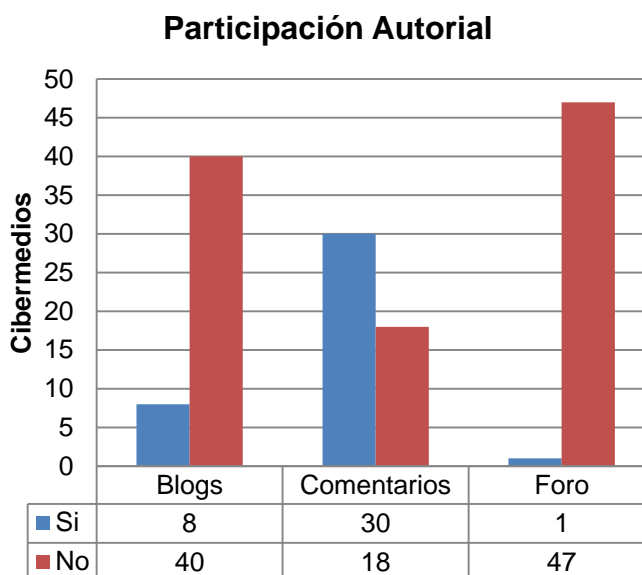


Gráfico 18: Usos Participación Autorial

**Participación Comunitaria:** 37 de los 48 cibermedios no permiten en su sitio web ninguna forma de participación comunitaria dentro del contenido. Apenas son 11 los que sí ofrecen uno de los elementos, que resulta ser la encuesta para 10 de ellos, y la calificación de noticias para solamente 1: laprensa.com.ni.

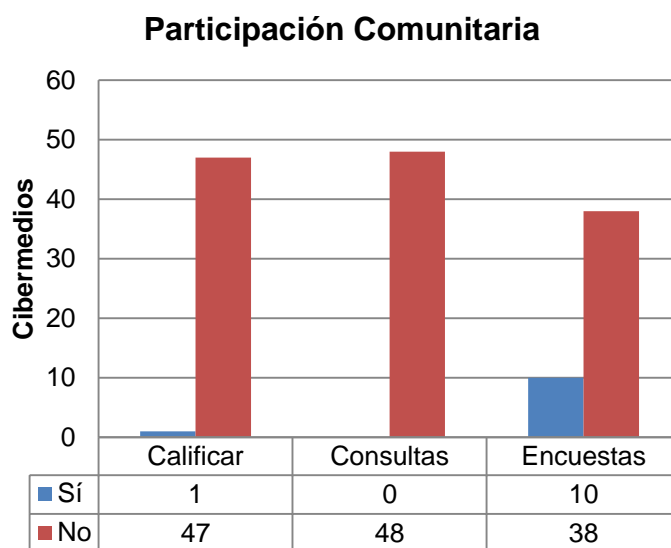


Gráfico 19: Usos Participación Comunitaria

## 4.5 Cibergéneros

Todos los cibergéneros periodísticos cuyo uso fue investigado se detectaron en miembros de la población, pero en muy variadas proporciones, combinaciones y frecuencias de uso. Esta variable permitió observar cuáles cibermedios utilizaron tal o cuál cibergénero, y qué tanto lo hizo. Los cibergéneros son la nota, el reportaje, la entrevista, la crónica, la opinión, el foro y el debate.

Primero se expondrá aquí los resultados generales, y luego se abordará al detalle la frecuencia de uso de cada cibergénero. Entonces, estos primeros datos son relativos a la presencia o ausencia de los cibergéneros dentro de la población, sin importar si fue total o mínima durante el tiempo observado.

La nota resulta ser el cibergénero por excelencia para la población de cibermedios nicaragüenses: todos la utilizan. Luego siguen la entrevista y la opinión, usada por alrededor de la mitad de los cibermedios. Más abajo continúan el reportaje y la crónica. Y, finalmente, están el debate y el foro, utilizado por muy pocos de los individuos.

Cibergénero	Uso población
Nota	100%
Entrevista	54%
Opinión	46%
Reportaje	33%
Crónica	25%
Debate	4%
Foro	2%

Tabla 7: Porcentaje de uso cibergéneros

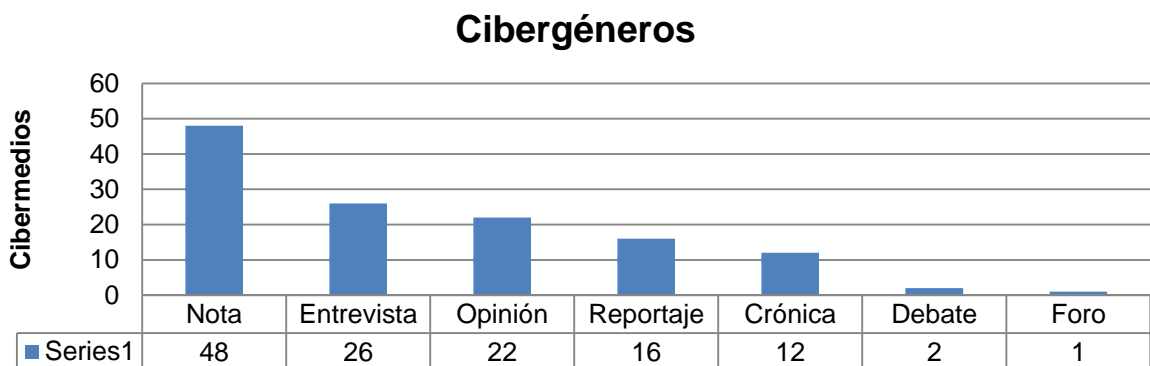


Gráfico 20: Uso de cibergéneros por población

El observar las combinaciones de cibergéneros desarrolladas por la población reveló que es mayor la cantidad de cibermedios que combinan 3 cibergéneros en su contenido: 15 de ellos así lo hacen. Después, están los que usan 1 o 2, con un segmento igual de población (11 individuos para cada uno). La combinación de 4 la desarrollan 7 cibermedios.

Son muy pocos los que realizan las más diversificadas combinaciones de 5 cibergéneros, desarrollada apenas por 3 cibermedios: elnuevodiario.com.ni, laprensa.com.ni y nicaraguadispatch.com. Al final de la lista está un único cibermedio que realiza el mejor desempeño con el uso de 6 cibergéneros detectado. Ninguno completa el uso de los 7 cibergéneros observados. El Gráfico 21 ofrece una vista de la distribución porcentual de lo expuesto en estos dos últimos párrafos.

### Combinaciones generales

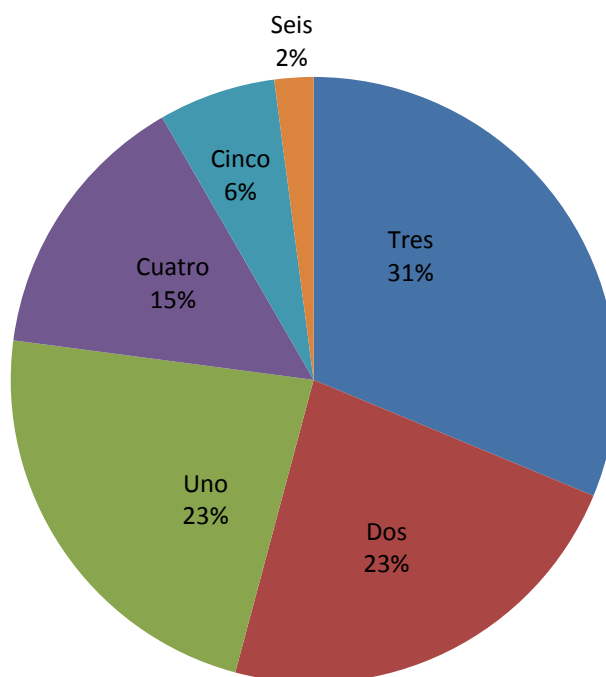


Gráfico 21: Distribución Combinaciones Multimediales detectadas

Se obtuvo una larga lista de 17 diferentes combinaciones al precisarse cuales cibergéneros componían cada una de las 6 combinaciones generales. Los hallazgos principales son los siguientes:

- Los 11 cibermedios que sólo utilizan 1 cibergénero en su producción de noticia, utilizan exclusivamente la nota. Este segmento está compuesto por 8 Radio (la mayoría de cibermedios de este tipo se ubican aquí), 2 Sólo digital (cartabodan.com y nicanoticias.com), y 1 Periódico no diario (delsurnewsonline.com).
- Un total de 7 diferentes combinaciones se detectaron en el segmento más grande: aquellos que utilizan 3 cibergéneros. La de mayor uso es Nota+Entrevista+Opinión, desarrollada por 5 individuos. Otros 3 cibermedios utilizan Nota+Entrevista+Reportaje. Después están 2 que usan Nota+Entrevista+Crónica, e igual número para Nota+Crónica+Opinión. Finalmente, las combinaciones Nota+Crónica+Reportaje, Nota+Reportaje+Opinión y Nota+Entrevista+Opinión la usan 1 individuo cada una.
- Las combinaciones de 2 cibergéneros dividen al segmento de población en 4 grupos. Los mayoritarios son los que combinan Nota+Entrevista y Nota+Opinión, con cuatro individuos cada uno. Luego hay 2 que combinan Nota+Reportaje, y 1 solo que usa Nota+Crónica.
- En 3 grupos se divide el segmento que combina 4 cibergéneros. El más grande es el de 3 individuos que utilizan Nota+Entrevista+Reportaje+Opinión. Los otros dos grupos son de 2 individuos cada uno, que usan Nota+Entrevista+Opinión+Debate y Nota+Entrevista+Crónica+Reportaje.
- Resulta ser la misma combinación para los 3 cibermedios en los que se detectó el uso de 5 cibergéneros: Nota+Entrevista+Reportaje+Crónica+Opinión. Estos son 2 Diario elnuevodiario.com.ni y laprensa.com.ni, y 1 Sólo digital: nicaraguadispatch.com.

- El único medio que mostró el uso de 7 cibergéneros fue el Sólo digital huellalibre.com, cuya combinación fue Nota+Entrevista+Reportaje+Crónica+Opinión+Foro.

Para observar el desempeño de cada cybermedio en cuanto a los segmentos aquí expuestos, consúltese en anexos la tabla 20.

Los gráficos 23 y 24, en anexos, permiten una observación global de la distribución de la población en estas específicas combinaciones.

#### **4.5.1 Resultados diferenciados según cibergénero y frecuencia de uso**

La variable P1 permitió obtener datos de la frecuencia de uso por cada cybermedio de los 7 diferentes cibergéneros observados. Durante cada uno de los 4 controles realizados con esta variable se observó si la población los usaba o no los usaba, y así se pudo determinar una escala de frecuencia de uso compuesta por: todo el tiempo (4/4), con regularidad (3/4), la mitad del tiempo (2/4), poca regularidad (1/4) y nunca (0/4).

Estos son los hallazgos según cada cibergénero:

**Nota:** ya fue expuesto que la totalidad de la población utiliza este cibergénero. 47 de los 48 cybermedios la usa todo el tiempo. Solamente hubo 1 cybermedio que la usó con regularidad: huellalibre.com.

**Entrevista:** 26 cybermedios (56% de la población) la utilizaron. La mayoría de ellos, 10 individuos, la usó con poca regularidad. Luego hubo otros 7 que lo hizo la mitad del tiempo, y 5 más que la usó con regularidad. Apenas 4 cybermedios lo hicieron todo el tiempo: 2 Sólo digital, 1 Diario y 1 Televisión.

**Opinión:** este cibergénero fue utilizado por 22 de los cibermedios (46%). La mayor parte de ellos, 8 individuos, lo hizo la mitad del tiempo. Un segmento apenas inferior de 7 individuos lo hace todo el tiempo. Luego están otros 4 que lo usan con poca regularidad, y finalmente 3 que lo hacen con regularidad.

**Reportaje:** el 33% de la población utilizó el reportaje; esto es 16 cibermedios. La mitad de ellos lo hace con poca regularidad. Igualan en número aquellos que lo usan la mitad del tiempo y con regularidad, con 3 individuos en cada grupo. Solamente 2 cibermedios usaron el reportaje todo el tiempo: laprensa.com.ni (Diario) y envio.org.ni (Periódico no diario).

**Crónica:** un cuarto de la población la utiliza, o sea, 12 cibermedios. La mayoría de ellos, 7 individuos, lo hace con poca regularidad. Otros 3 la usan la mitad del tiempo. Apenas 1 cibermedio la usa con regularidad (futbolnica.net), y otro más lo hace todo el tiempo (pinolerosports.com); ambos son Sólo digital. Aunque el tema de cada cibergéneros observado no formó parte de las mediciones, en este caso específico fue posible identificar que es la crónica deportiva la predominante.

**Debate:** los únicos 2 cibermedios que utilizaron el debate fueron el Sólo digital informepatran.com, que lo hizo con regularidad, y el Televisión canal15.com.ni, que lo usó con poca regularidad.

**Foro:** apenas 1 cibermedio de la población utilizó el foro, y lo hizo con poca regularidad. Este fue el Sólo digital huellalibre.com.

El desempeño detallado de la población puede ser apreciado en la tabla 19 de los anexos.

## **5. Conclusiones:**

En Nicaragua funciona una diversa, aunque no muy numerosa, población de cibermedios periodísticos que producen contenido noticioso con amplia regularidad. Esa es la específica red con la que este país se inserta por medio del internet a la más vasta red de cibermedios periodísticos y noticias del mundo, en esta actualidad que forma parte de lo que diversas entidades internacionales han denominado Sociedad de la Información. Ellos, los cibermedios, aportan la información –procesada con criterios profesionales- con la que cualquier ciudadano del mundo podrá enterarse de diversos acontecimientos de actualidad que suceden en esta precisa latitud y longitud del planeta.

Los resultados de esta investigación han permitido generar un muy preciso y práctico catálogo sobre esos cibermedios, que permitirá a otras investigaciones realizar comparaciones a lo largo del tiempo, o con experiencias propias dentro de otras fronteras del mundo.

Para el caso específico que en este trabajo se describió, resulta interesante apuntar que:

Aún hay muchos medios periodísticos análogos nicaragüenses que no han incursionado en el mundo “on line”, a pesar de la importantísima expansión que ese canal (el internet) está teniendo en el mundo y en Nicaragua. También hay algunos pocos cuyos sitios no ofrecen contenido periodístico, a pesar de ser una de las temáticas fuertes en su generación de contenidos.

El emprendimiento de los profesionales del periodismo facilitado por el internet como canal y los sitios web como medios ya es muy importante en el país, hecho graficado con que los cibermedios nativos digitales ya superan en número –y por mucho– a los sitios web de los diferentes tipos de medios análogos.



Es un buen síntoma identificar la existencia de cibermedios de temática especializada. La facilidad de acceso a las TIC y lo barato de la infraestructura web como medio (en comparación con los otros formatos) está permitiendo a profesionales de la comunicación crear sus propios espacios y sus propios contenidos en todo el mundo, incluido este país. Sin embargo, aún es pequeño este segmento específico para Nicaragua. También es mínima la lista de temas de especialización identificada. En una investigación del caso español realizada por Ramón Salaverría en el año 2005<sup>18</sup>, se identificó un 40% de cibermedios especializados, con 11 diferentes temáticas de abordaje. En Nicaragua ese segmento corresponde a un 19% de la población, con apenas 3 temáticas.

La inserción de Nicaragua en la red global de noticias y su acceso a diversidad de públicos en el mundo es potencializada con la producción de contenidos en otros idiomas, sobre todo el inglés. Por lo tanto, resulta muy importante el hallazgo de medios que proyectan sus noticias en esa lengua. Sería interesante realizar esfuerzos para rastrear otros posibles cibermedios que publiquen en otras lenguas diferentes. Durante esta investigación se identificó dos sitios web que publicaban en alemán y uno en italiano, los cuales habían nacido -presumiblemente- de la comunidad de cooperantes internacionales; los mismos no fueron tomados en cuenta pues no cumplían los requisitos de inserción. Pero no es descartable que haya otros cibermedios que produzcan noticias sobre Nicaragua en lenguas diferentes del español y el inglés; quizá, incluso, en los dialectos aborígenes del Caribe de este país.

La emprendeduría periodística web o la incursión de los medios análogos en el internet no son exclusivas de Managua y las más grandes urbes del Pacífico. El hallazgo de cibermedios que operan desde, y se enfocan en regiones y municipios específicos del país es testimonio de que el ciberperiodismo o

---

<sup>18</sup> Titulado “Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España”. (López, 2008:22). El número total de cibermedios especializados fue de 513.

periodismo digital se ha esparcido en su práctica, y ha alcanzado satisfactoriamente las comunidades. Destaca aquí la incursión de las radios. Destaca también el norte montañoso, con la mitad de las experiencias ciberperiodísticas abordadas en este párrafo. Son dignos de mención por su alta productividad [noticiasensomoto.tk](http://noticiasensomoto.tk), [radiocamoapa.com](http://radiocamoapa.com) y [laverdadnica.com](http://laverdadnica.com).

A continuación, otros apuntes conclusivos.

### **Malas prácticas**

Hay en Nicaragua una extendida actividad de “plagio” de contenidos en el universo de sitios web que proyectan noticias, de las que son especialmente susceptibles el texto y la fotografía. Muchos de los cibermedios descartados para formar parte de la lista a la que se aplicó las distintas variables fueron eliminados por esa causa. Luego, de los que permanecieron en la lista, hubo varios que demostraron esta práctica, perceptible debido a que utilizaban sin crédito fotos de otros medios o de agencias noticiosas. También hubo otros que engrosaron su oferta de contenido publicando con crédito noticias de otros sitios web. Casos a mencionar son [nicanoticias.com](http://nicanoticias.com), que estuvo a punto de ser eliminado por la escasa producción propia de noticias (publica mucho, pero son noticias tomadas de otros sitios web), y [nuevaya.com.ni](http://nuevaya.com.ni), que a veces ilustró noticias sobre Nicaragua con fotos de otros países.

Aún es muy deficiente el uso de la hipertextualidad en los cibermedios periodísticos de Nicaragua, a pesar del valor de contexto, contraste, profundización y no-linealidad que este recurso de tan fácil uso ofrece al periodismo digital y a los cibermedios. Sumado al 66% de la población que no usa del todo hipervínculos, está la mayoría del segmento que sí lo usa, pero que lo hace escasamente. Incluso, los cibermedios de mayor trayectoria como [laprensa.com.ni](http://laprensa.com.ni) y [elnuevodiario.com.ni](http://elnuevodiario.com.ni) lo usan aún muy poco.

No se ha producido todavía un salto verdadero hacia la multimedialidad dentro de la población de cibermedios periodísticos nicaragüenses. A pesar de que la detección de uso de recursos multimedia fue amplia y llena de combinaciones, las mediciones porcentuales permitieron ver que ese uso variado es en realidad poco constante para la enorme mayoría de cibermedios. Un caso que llama la atención es el que apenas 2 de los 12 cibermedios Radio usen los archivos de sonido todo el tiempo en su proyección de noticias, y que 8 de ellos nunca lo usen; eso, a pesar de ser ese el formato que les es natural como medios análogos.

La gran mayoría de cibermedios periodísticos estudiados no ha dado el salto a la web 2.0, y por ende, tampoco al denominado periodismo 2.0. No se han producido grandes avances relacionados a la interactividad en esta población. Que el 40% de ellos sólo dispongan 1 recurso interactivo y otro 33% no disponga de ninguno es un hallazgo muy importante. A pesar de que no formó parte de la investigación, también fue posible observar que son apenas unos pocos cibermedios los que han activado secciones donde los visitantes pueden publicar sus propias noticias.

### **Buenas prácticas**

Es una referencia el comportamiento desarrollado por nicaraguadispatch.com en el uso de la hipertextualidad, tanto en la pieza como en el marco de la misma. Lo es también el de vianica.com en el altísimo uso específico de la hipertextualidad en sus textos. Interesante es, asimismo, que ambos sean cibermedios Sólo digital.

Hay algunos pocos cibermedios que están realizando un avanzado uso de la multimedialidad, tanto en el número de recursos utilizados como en las frecuencias de esos usos. Aquí se menciona a laprensa.com.ni, elnuevodiario.com.ni, canal15.com.ni y confidencial.com.ni.

A pesar de la poca apertura interactiva que demostró la población, hay algunos aspectos y experiencias rescatables en esta variable, sobre todo por el uso del comentario y los blog. Es destacable también que haya 10 cybermedios realizando mediciones de opinión con encuestas. Otra vez sobresalen aquí laprensa.com.ni, elnuevodiario.com.ni y confidencial.com.ni, y se cuelan a la lista pinolesports.com y radiocamoapa.com.

Hay una importante incursión creativa en el periodismo digital nicaragüense en cuanto a los formatos de géneros. El que la combinación de 3 cibergéneros sea la mayoritaria dentro de la población es un buen síntoma, si bien, nuevamente, los porcentajes no sean tan positivos. Los dos diarios principales del país están teniendo un buen comportamiento al respecto, así como confidencial.com.ni y la excelente propuesta de huellalibre.com, un espacio joven y colaborativo.

## **6. Recomendaciones**

Esta recomendación es también una invitación: los directores, periodistas y propietarios de los cybermedios aquí estudiados deberían observar detalladamente el comportamiento propio desarrollado durante el período de medición de esta investigación, para identificar sus íntimas buenas y malas prácticas. Así, podrían idear líneas de acción para mejorar su desempeño en los diferentes criterios analizados en este estudio, y mostrados en el catálogo que resultó de él.

Sería provechoso multiplicar los esfuerzos científicos para generar una creciente base de datos de conocimiento empírico sobre el periodismo digital y los cybermedios periodísticos, y que la misma se distribuya libremente. La academia debería liderar estos esfuerzos, y preocuparse por hacerse de literatura extranjera para conocer experiencias más avanzadas de investigación, y puntos de vistas de interés.

Este estudio y su catálogo serán una concreta base para realizar comparaciones de la experiencia nicaragüense a lo largo del tiempo, y para compararla también con las realidades de otros países. Sería interesante, por ello, intentar realizar estudios similares cada tanto tiempo en Nicaragua.

Cada uno de los aspectos estudiados en esta investigación son, por ellos mismos, un tema a profundizar; así que los hallazgos expuestos aquí podrán ser de utilidad para futuras investigaciones. Sirvan de inspiración esos aspectos para entusiastas investigadores en este país.

Existen otros diversos enfoques, aspectos y detalles de los que podrían surgir una enorme cantidad de investigaciones de interés sobre el Ciberperiodismo en Nicaragua, lo que debería ser una buena noticia para las escuelas de comunicación en el país, debido al abanico de ofertas que pueden hacer a los estudiantes para sus trabajos de culminación de estudios en pre y post grado. Es importante continuar y ampliar la investigación sobre el Periodismo Digital.

## Bibliografía

ALBERT, R. (2010). Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y el blog periodístico. El caso de The Huffington Post. Tesis de maestría en Comunicación Social, Universidad Complutense de Madrid, España.

BRIGG, M. (2007). Periodismo 2.0: una guía de alfabetización digital. Austin, Estados Unidos: Centro Knight.

CASTELLS, M. (1997). La sociedad red: La revolución de la tecnología de la información. Sección de libro. (pp. 54-92) Madrid: Alianza Editorial.

CASTELLS, M. (2000). Internet y la Sociedad Red. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya. España, 7 de Octubre.

CASTELLS, M (2005). Prólogo. En TUBELLA, I., VILASECA, J. Sociedad del conocimiento: Cómo cambia el mundo ante nuestros ojos. Barcelona: Editorial UOC.

CEREZO, J (2009). Cuadernos de Comunicación EVOCA. Madrid: TF artes gráficas.

CRUCCIANELLI, S. (2010). Herramientas digitales para periodistas. Knight Center for Journalism in the Americas. Recuperado el 1 de Mayo de 2010 de <http://www.knightcenter.utexas.edu>

DIAZ, J. (2004). Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología. Ponencia presentada al II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital. Santiago de Compostela, España, 29-30 de noviembre.

FONSECA, C. Experiencias sobre la práctica del ciberperiodismo en Nicaragua 2006-2007. Tesis de licenciatura en comunicación social. Universidad Centroamericana, 2008.

GARCÍA, A. (2007). Aproximaciones al periodismo digital. Madrid: Editorial DYKINSON, S.L.

HOPMAN, C., Arce, M. (2012). Los Medios y el Periodismo ante el desafío digital: El caso Nicaragua. Managua: Centro de Investigaciones de la Comunicación (CINCO).

LÓPEZ, G. (ed.) (2008). Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf>

LLANOS, S. (2005). Hipermedia e Interactividad en el Periodismo Digital colombiano. Palabra Clave, 12. Colombia: Universidad de la Sabana. Recuperado el 24 de Septiembre 2012.

NAVARRO, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. Comunicar, 33 (XVII), 35-43. Recuperado el 23 de Septiembre 2012. DOI: 10.3916/c33-2009-02-003.

PALACIOS, M., DIAZ NOCI, J. (s.f.) (2007). Ciberperiodismo: métodos de investigación.

PERES, W., HILBERT, M. (2009). La sociedad de la información en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

RUIZ, R., BUIRA, J. (2007). La sociedad de la información. España: Editorial UOC.

SALAVERRÍA, R. (2005). El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla, España: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

SALVAT, G., SERRANO, V. (2011). La revolución digital y la Sociedad de la Información. España: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

STALDER, F. (2006). Manuel Castells. Cambridge, Inglaterra: Polity Press.

TUBELLA, I., VILASECA, J. (2005). Sociedad del conocimiento: Cómo cambia el mundo ante nuestros ojos. Barcelona: Editorial UOC.

VERÓN, J., SABÉS, F. (2011). La investigación en el periodismo digital. Algunos trabajos desde el ámbito universitario. Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón.



## **ANEXOS**

Tabla 8: Población y caracterizaciones básicas

DIARIO				
Nombre	URL	Zona de interés	Temática	Idioma
La Prensa	<a href="http://www.laprensa.com.ni">http://www.laprensa.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
El Nuevo Diario	<a href="http://www.elnuevodiario.com.ni">http://www.elnuevodiario.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Diario HOY	<a href="http://www.hoy.com.ni">http://www.hoy.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Bolsa de Noticias	<a href="http://www.bolsadenoticias.com.ni">http://www.bolsadenoticias.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Trinchera de la Noticia	<a href="http://www.trincheraonline.com">http://www.trincheraonline.com</a>	Nicaragua	General	Español
PERIÓDICO NO DIARIO				
Nombre	URL	Zona de interés	Temática	Idioma
Revista Envío	<a href="http://www.envio.org.ni">http://www.envio.org.ni</a>	Centroamérica	General	Bilingüe
Del Sur News	<a href="http://delsurnewsonline.com">http://delsurnewsonline.com</a>	Municipio	Especializada	Bilingüe
Nokaut	<a href="http://www.nokaut.com">http://www.nokaut.com</a>	Nicaragua	Especializada	Español
TELEVISIÓN				
Nombre	URL	Zona de interés	Temática	Idioma
Canal 2	<a href="http://www.canal2.com.ni">http://www.canal2.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Canal 4	<a href="http://www.multinoticiastv4.com">http://www.multinoticiastv4.com</a>	Nicaragua	General	Español
Canal 8	<a href="http://tn8.tv">http://tn8.tv</a>	Nicaragua	General	Español
Canal 10	<a href="http://canal10nicaragua.com">http://canal10nicaragua.com</a>	Nicaragua	General	Español
Canal 13	<a href="http://www.vivanicaragua.com.ni">http://www.vivanicaragua.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
100% Noticias	<a href="http://www.canal15.com.ni">http://www.canal15.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
TeleNorteNic	<a href="http://www.telenortenic.com">http://www.telenortenic.com</a>	Municipio	General	Español
RADIO				
Nombre	URL	Zona de interés	Temática	Idioma
Nueva Radio Ya	<a href="http://nuevaya.com.ni">http://nuevaya.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Corporación	<a href="http://www.radio-corporacion.com">http://www.radio-corporacion.com</a>	Nicaragua	General	Español
Maranatha	<a href="http://radiomaranatha.fm">http://radiomaranatha.fm</a>	Nicaragua	General	Español
Radio Nicaragua	<a href="http://www.radicaragua.com.ni">http://www.radicaragua.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Radio La Primerísima	<a href="http://www.rlp.com.ni">http://www.rlp.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Radio 580	<a href="http://www.la580.com">http://www.la580.com</a>	Nicaragua	General	Español
Radio ABC Estereo	<a href="http://www.radioabcstereo997.com">http://www.radioabcstereo997.com</a>	Región Nac.	General	Español
Radio Camoapa	<a href="http://www.radiocamoapa.com">http://www.radiocamoapa.com</a>	Municipio	General	Español
Radio Centro	<a href="http://radiocentro870am.com">http://radiocentro870am.com</a>	Región Nac.	General	Español
Radio Vos	<a href="http://www.radiovos.org">http://www.radiovos.org</a>	Región Nac.	General	Español
Radio Dinámica	<a href="http://radiodinamica103.com">http://radiodinamica103.com</a>	Región Nac.	General	Español
Radio URACCAN Siuna	<a href="http://www.radiouraccansiuna.com">http://www.radiouraccansiuna.com</a>	Región Nac.	General	Español

continúa...

SÓLO DIGITAL				
Nombre	URL	Zona de interés	Temática	Idioma
La Jornada	<a href="http://www.lajornadanet.com">http://www.lajornadanet.com</a>	Nicaragua	General	Español
ViaNica	<a href="http://www.vianica.com">http://www.vianica.com</a>	Nicaragua	Especializada	Bilingüe
The Nicaragua Dispatch	<a href="http://www.nicaraguadispatch.com">http://www.nicaraguadispatch.com</a>	Nicaragua	General	Inglés
Confidencial	<a href="http://confidencial.com.ni">http://confidencial.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
El Pueblo Presidente	<a href="http://www.elpueblopresidente.com">http://www.elpueblopresidente.com</a>	Nicaragua	General	Español
El 19	<a href="http://www.el19digital.com">http://www.el19digital.com</a>	Nicaragua	General	Español
La Voz del Sandinismo	<a href="http://www.lavozdelsandinismo.com">http://www.lavozdelsandinismo.com</a>	Nicaragua	General	Español
Pinolero Sports	<a href="http://www.pinolerosports.com">http://www.pinolerosports.com</a>	Nicaragua	Especializada	Español
FutbolNica	<a href="http://www.futbolnica.net">http://www.futbolnica.net</a>	Nicaragua	Especializada	Español
Conexiones	<a href="http://www.conexiones.com.ni">http://www.conexiones.com.ni</a>	Nicaragua	Especializada	Español
LaVerdadNica	<a href="http://laverdadnica.com">http://laverdadnica.com</a>	Municipio	General	Español
Informe Pastrán	<a href="http://informepastran.com">http://informepastran.com</a>	Nicaragua	General	Español
Notifax	<a href="http://www.notifax.com.ni">http://www.notifax.com.ni</a>	Nicaragua	General	Español
Diario Nica	<a href="http://www.diarionica.com">http://www.diarionica.com</a>	Nicaragua	General	Español
NicaNoticias	<a href="http://www.nicanoticias.com">http://www.nicanoticias.com</a>	Nicaragua	General	Español
Medina Comunicaciones	<a href="http://medinacomunicaciones.blogspot.com">http://medinacomunicaciones.blogspot.com</a>	Nicaragua	General	Español
Huella Libre	<a href="http://www.huellalibre.com">www.huellalibre.com</a>	Nicaragua	Especializada	Español
Carta Bodán	<a href="http://www.cartabodan.com">http://www.cartabodan.com</a>	Nicaragua	General	Español
Servicio Nicaragüense de	<a href="http://www.agenciasnn.com">http://www.agenciasnn.com</a>	Nicaragua	General	Español
Correo para ciegos	<a href="http://www.correoparaciegos.com">http://www.correoparaciegos.com</a>	Nicaragua	General	Español
Noticias en Somoto	<a href="http://www.noticiasensomoto.tk">http://www.noticiasensomoto.tk</a>	Región Nac.	Especializada	Español

Tabla 9: Variable P1 Cibergénero

Fecha	Cibermedio	P1 Cibergéneros						
		Informativos		interpretativos		dialógicos		opinión
		Nota	Reportaje	Crónica	Entrevista	Foro	Tradicionales	Debates

Tabla 10: Variable P2 Hipertextualidad

P2 Hipertextualidad											
Fecha	Cibermedio	Pieza 1		Pieza 2		Pieza 3		Pieza 4		Pieza 5	
		M	P	M	P	M	P	M	P	M	P

Tabla 11: Variable P3 Multimedialidad

P3 Multimedialidad							
Fecha	Cibermedio	Texto	Sonido	Foto	Video	infografía	App

Tabla 12: Variable P4.1 Interactividad Retroalimentación y Gestión

P4.1 Interactividad							
Fecha	Cibermedio	Retroalimentación			Gestión		
		Correo P.	Correo G.	Formulario	RSS (G/D)	Motor	Archivo

Tabla 13: Variable P4.2 Interactividad Participación

P4.2 Interactividad							
Fecha	Cibermedio	Participación					
		Autorial			Comunitaria		
		comentarios	foro	blogs	calificar	encuestas	Consultas usuarios

Tabla 14: Conteo positivo de Multimedialidad, frecuencia de uso

TEXTO			FOTO			VIDEO		
Carta Bodán	8	100%	Carta Bodán	8	100%	100% Noticias	8	100%
Conexiones	8	100%	Conexiones	8	100%	Canal 10	8	100%
Confidencial	8	100%	Confidencial	8	100%	Canal 13	8	100%
Correo para ciegos	8	100%	Correo para ciegos	8	100%	Canal 2	8	100%
Diario Nica	7	100%	El 19	8	100%	Canal 4	8	100%
El 19	8	100%	FutbolNica	8	100%	Diario Nica	7	100%
El Pueblo Presidente	7	100%	La Jornada	8	100%	La Prensa	8	100%
FutbolNica	8	100%	La Voz del Sandinismo	8	100%	TeleNorteNic	6	86%
Huella Libre	5	100%	LaVerdadNica	8	100%	Conexiones	6	75%
Informe Pastrán	8	100%	Noticias en Somoto	8	100%	Informe Pastrán	6	75%
La Jornada	8	100%	Pinolero Sports	8	100%	Confidencial	4	50%
La Voz del Sandinismo	8	100%	Servicio Nic. de Noticias	8	100%	El Nuevo Diario	4	50%
LaVerdadNica	8	100%	The Nicaragua Dispatch	8	100%	Huella Libre	2	40%
Medina Comunicaciones	5	100%	ViaNica	8	100%	ViaNica	3	38%
NicaNoticias	8	100%	Diario Nica	7	100%	Diario HOY	2	25%
Noticias en Somoto	8	100%	El Pueblo Presidente	7	100%	La Jornada	2	25%
Notifax	8	100%	Huella Libre	5	100%	NicaNoticias	2	25%
Pinolero Sports	8	100%	Bolsa de Noticias	8	100%	Radio Camoapa	2	25%
Servicio Nic. de Noticias	8	100%	Diario HOY	8	100%	Canal 8	1	13%
The Nicaragua Dispatch	8	100%	El Nuevo Diario	8	100%	FutbolNica	1	13%
ViaNica	8	100%	La Prensa	8	100%	LaVerdadNica	1	13%
Corporación	8	100%	Trinchera de la Noticia	8	100%	Notifax	1	13%
La Prensa	8	100%	Maranatha	8	100%	Pinolero Sports	1	13%
Maranatha	8	100%	Nueva Radio Ya	8	100%			
Nueva Radio Ya	8	100%	Radio Centro	8	100%			
Radio 580	8	100%	Radio Nicaragua	8	100%	Tipo		
Radio ABC Estereo	8	100%	Canal 8	8	100%	Sólo digital		
Radio Camoapa	8	100%	TeleNorteNic	7	100%	Radio		
Radio Centro	8	100%	Nokaut	8	100%	Televisión		
Radio Dinámica	8	100%	100% Noticias	7	88%	Diario		
Radio La Primerísima	8	100%	NicaNoticias	7	88%	Periódico no diario		
Radio Nicaragua	8	100%	Radio ABC Estereo	7	88%			
Radio URACCAN Siuna	7	100%	Del Sur News	6	86%			
Radio Vos	6	100%	Radio URACCAN Siuna	6	86%			

continúa...

...TEXTO			...FOTO			SONIDO		
Bolsa de Noticias	8	100%	Radio Vos	5	83%	Maranatha	8	100%
Diario HOY	8	100%	Medina Comunicaciones	4	80%	Radio Vos	6	100%
El Nuevo Diario	8	100%	Radio Camoapa	5	63%	Huella Libre	2	40%
Trinchera de la Noticia	8	100%	Canal 10	4	50%	Radio Camoapa	3	38%
100% Noticias	8	100%	Notifax	3	38%	Conexiones	2	25%
Canal 8	8	100%	Informe Pastrán	2	25%	Confidencial	2	25%
TeleNorteNic	7	100%				FutbolNica	2	25%
Del Sur News	7	100%	<b>INFOGRAFÍA</b>			Radio ABC Estereo	1	13%
Nokaut	8	100%	La Prensa	6	75%			
Revista Envío	3	100%	FutbolNica	3	38%	Tipo		
Canal 10	4	50%	Notifax	1	13%	Sólo digital		
						Radio		
						Televisión		
						Diario		
						Periódico no diario		

Gráfico 22: Distribución de combinaciones multimedia

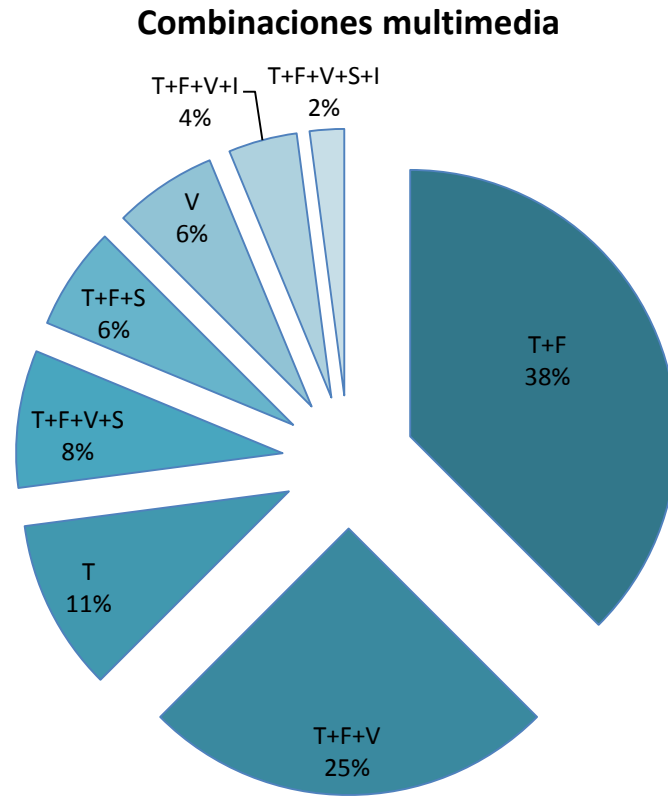




Tabla 15: Población y combinaciones multimedia

Dos media	T	F	V	S	I	#	Tres media	T	F	V	S	I	#	Un media	T	F	V	S	I	#	Cuatro media	T	F	V	S	I	#	Cinco media	T	F	V	S	I	#
Carta Bodán	S	S	N	N	N	2	Diario Nica	S	S	S	N	N	3	Corporación	S	N	N	N	N	1	Conexiones	S	S	S	S	N	4	FutbolNica	S	S	S	S	S	5
Correo para ciegos	S	S	N	N	N	2	Informe Pastrán	S	S	S	N	N	3	Radio 580	S	N	N	N	N	1	Confidencial	S	S	S	S	N	4							
El 19	S	S	N	N	N	2	La Jornada	S	S	S	N	N	3	Radio Dinámica	S	N	N	N	N	1	Huella Libre	S	S	S	S	N	4							
El pueblo presidente	S	S	N	N	N	2	LaVerdadNica	S	S	S	N	N	3	Radio La Primerísima	S	N	N	N	N	1	Radio Camoapa	S	S	S	S	N	4							
La Voz del Sandinismo	S	S	N	N	N	2	NicaNoticias	S	S	S	N	N	3	Revista Envío	S	N	N	N	N	1	La Prensa	S	S	S	S	S	4							
Medina Comunicaciones	S	S	N	N	N	2	Pinolero Sports	S	S	S	N	N	3	Canal 13	N	N	S	N	N	1	Notifax	S	S	S	S	N	4							
Noticias en Somoto	S	S	N	N	N	2	ViaNica	S	S	S	N	N	3	Canal 2	N	N	S	N	N	1														
Servicio Nic. de Noticias	S	S	N	N	N	2	100% Noticias	S	S	S	N	N	3	Canal 4	N	N	S	N	N	1														
The Nicaragua Dispatch	S	S	N	N	N	2	Canal 10	S	S	S	N	N	3																					
Nueva Radio Ya	S	S	N	N	N	2	Canal 8	S	S	S	N	N	3								Tipo													
Radio Centro	S	S	N	N	N	2	TeleNorteNic	S	S	S	N	N	3								Sólo digital													
Radio Nicaragua	S	S	N	N	N	2	Diario HOY	S	S	S	N	N	3								Radio													
Radio URACCAN Siuna	S	S	N	N	N	2	Maranatha	S	S	N	S	N	3								Televisión													
Bolsa de Noticias	S	S	N	N	N	2	Radio ABC Estereo	S	S	N	S	N	3								Diario													
El Nuevo Diario	S	S	N	N	N	2	Radio Vos	S	S	N	S	N	3								Periódico no diario													
Trinchera de la Noticia	S	S	N	N	N	2																												
Del Sur News	S	S	N	N	N	2																												
Nokaut	S	S	N	N	N	2																												

Legenda

T	texto
F	foto
V	video
S	sonido
I	infografía
S	sí
N	no
#	no. positivo

Tabla 16: Conteo positivo, Nivel de Interactividad

	Nivel Interactividad					
	Retroalimentación	Gestión	Participación		Total	
			Autorial	Comunitaria		
Confidencial	1	3	2	1	7	
El Nuevo Diario	1	3	2	1	7	Sólo digital
La Prensa	1	3	2	1	7	Radio
Conexiones	1	3	2	0	6	Televisión
Radio La Primerísima	2	2	2	0	6	Diario
100% Noticias	2	2	1	0	5	Periódico no diario
Canal 13	2	3	0	0	5	
Canal 8	2	2	1	0	5	
Huella Libre	0	3	2	0	5	
La Voz del Sandinismo	2	3	0	0	5	
Pinolero Sports	1	1	2	1	5	
The Nicaragua Dispatch	1	2	2	0	5	
Radio Camoapa	1	1	2	1	5	
Carta Bodán	0	3	1	0	4	
El 19	1	2	1	0	4	
El pueblo presidente	1	2	1	0	4	
Medina Comunicaciones	0	2	1	1	4	
NicaNoticias	1	1	1	1	4	
Noticias en Somoto	1	1	1	1	4	
Servicio Nic. de Noticias	1	3	0	0	4	
ViaNica	2	2	0	0	4	
Maranatha	0	3	1	0	4	
Nueva Radio Ya	0	2	1	1	4	
Radio Dinámica	2	1	1	0	4	
Radio URACCAN Siuna	1	2	1	0	4	
Radio Vos	2	2	0	0	4	
Canal 2	1	2	1	0	4	
TeleNorteNic	1	2	0	1	4	
Diario HOY	1	2	1	0	4	
Del Sur News	1	2	1	0	4	
Correo para ciegos	1	1	0	1	3	
Diario Nica	1	2	0	0	3	
La Jornada	1	1	1	0	3	
LaVerdadNica	0	2	1	0	3	
Notifax	2	1	0	0	3	
Radio ABC Estereo	0	2	1	0	3	
Radio Centro	2	1	0	0	3	
Nokaut	1	1	1	0	3	
Revista Envío	1	2	0	0	3	
Trinchera de la Noticia	0	2	1	0	3	
FutbolNica	1	0	1	0	2	
Radio Nicaragua	1	1	0	0	2	
Canal 4	0	2	0	0	2	
Bolsa de Noticias	1	1	0	0	2	
Corporación	1	0	0	0	1	
Radio 580	1	0	0	0	1	
Canal 10	1	0	0	0	1	
Informe Pastrán	0	0	0	0	0	

Tabla 17: Interactividad, observación de categoría Gestión y Retroalimentación

Cibermedio	Interactividad Gestión			Interactividad Retroalimentación		
	Archivo	Motor	Sind. (G/D)	Correo G.	Correo P.	Formulario
100% Noticias	no	sí	gen	sí	no	sí
Bolsa de Noticias	sí	no	no	sí	no	no
Canal 10	no	no	no	no	no	sí
Canal 13	sí	sí	gen	sí	no	sí
Canal 2	sí	sí	no	sí	no	no
Canal 4	no	sí	gen	no	no	no
Canal 8	sí	sí	no	sí	no	sí
Carta Bodán	sí	sí	gen	no	no	no
Conexiones	sí	sí	dif	sí	no	no
Confidencial	sí	sí	gen	no	sí	no
Corporación	no	no	no	sí	no	no
Correo para ciegos	no	sí	no	no	no	sí
Del Sur News	sí	sí	no	sí	no	no
Diario HOY	no	sí	dif	sí	no	no
Diario Nica	sí	sí	no	no	no	sí
El 19	no	sí	gen	no	no	sí
El Nuevo Diario	sí	sí	dif	sí	no	no
El Pueblo Presidente	no	sí	gen	no	no	sí
FutbolNica	no	no	no	sí	no	no
Huella Libre	sí	sí	gen	no	no	no
Informe Pastrán	no	no	no	no	no	no
La Jornada	sí	no	no	sí	no	no
La Prensa	sí	sí	gen	sí	no	no
La Voz del Sandinismo	sí	sí	gen	sí	no	sí
LaVerdadNica	sí	sí	no	no	no	no
Maranatha	sí	sí	gen	no	no	no
Medina Comunicaciones	sí	sí	no	no	no	no
NicaNoticias	no	sí	no	no	no	sí
Nokaut	no	sí	no	sí	no	no
Noticias en Somoto	sí	no	no	sí	no	no
Notifax	sí	no	no	sí	no	sí
Nueva Radio Ya	no	sí	gen	no	no	no
Pinolero Sports	no	no	gen	sí	no	no

continúa...

Radio 580	no	no	no	no	no	sí
Radio ABC Estereo	sí	sí	no	no	no	no
Radio Camoapa	no	sí	no	sí	no	no
Radio Centro	no	sí	no	sí	no	sí
Radio Dinámica	no	no	gen	no	sí	sí
Radio La Primerísima	sí	sí	no	sí	no	sí
Radio Nicaragua	no	sí	no	sí	no	no
Radio URACCAN Siuna	sí	sí	no	no	no	sí
Radio Vos	sí	sí	no	sí	no	sí
Revista Envío	sí	sí	no	sí	no	no
Servicio Nic. de Noticias	sí	sí	gen	sí	no	no
TeleNorteNic	no	sí	gen	sí	no	no
The Nicaragua Dispatch	no	sí	gen	sí	no	no
Trinchera de la Noticia	sí	sí	no	no	no	no
ViaNica	sí	sí	no	sí	no	sí

Tabla 18: Interactividad, observación categoría Participación

Medio	Participación Comunitaria				Medio	Participación Autorial			#
	Calificar	Consultas	Encuestas	#		Blogs	Comentarios	Foro	
Confidencial	NO	NO	SI	1	Conexiones	SI	SI	NO	2
Correo para ciegos	NO	NO	SI	1	Confidencial	SI	SI	NO	2
Medina Comunicaciones	NO	NO	SI	1	Huella Libre	NO	SI	SI	2
NicaNoticias	NO	NO	SI	1	Pinolero Sports	SI	SI	NO	2
Noticias en Somoto	NO	NO	SI	1	The Nicaragua Dispatch	SI	SI	NO	2
Pinolero Sports	NO	NO	SI	1	Radio Camoapa	SI	SI	NO	2
Nueva Radio Ya	NO	NO	SI	1	Radio La Primerísima	SI	SI	NO	2
Radio Camoapa	NO	NO	SI	1	El Nuevo Diario	SI	SI	NO	2
El Nuevo Diario	NO	NO	SI	1	La Prensa	SI	SI	NO	2
La Prensa	SI	NO	NO	1	Carta Bodán	NO	SI	NO	1
TeleNorteNic	NO	NO	SI	1	El 19	NO	SI	NO	1
Carta Bodán	NO	NO	NO	0	El pueblo presidente	NO	SI	NO	1
Conexiones	NO	NO	NO	0	FutbolNica	NO	SI	NO	1
Diario Nica	NO	NO	NO	0	La Jornada	NO	SI	NO	1
El 19	NO	NO	NO	0	LaVerdadNica	NO	SI	NO	1
El pueblo presidente	NO	NO	NO	0	Medina Comunicaciones	NO	SI	NO	1
FutbolNica	NO	NO	NO	0	NicaNoticias	NO	SI	NO	1
Huella Libre	NO	NO	NO	0	Noticias en Somoto	NO	SI	NO	1
Informe Pastrán	NO	NO	NO	0	Maranatha	NO	SI	NO	1
La Jornada	NO	NO	NO	0	Nueva Radio Ya	NO	SI	NO	1
La voz del sandinismo	NO	NO	NO	0	Radio ABC Estereo	NO	SI	NO	1
LaVerdadNica	NO	NO	NO	0	Radio Dinámica	NO	SI	NO	1
Notifax	NO	NO	NO	0	Radio URACCAN Siuna	NO	SI	NO	1
Servicio Nic. de Noticias	NO	NO	NO	0	100% Noticias	NO	SI	NO	1
The Nicaragua Dispatch	NO	NO	NO	0	Canal 2	NO	SI	NO	1
ViaNica	NO	NO	NO	0	Canal 8	NO	SI	NO	1
Corporación	NO	NO	NO	0	Diario HOY	NO	SI	NO	1
Maranatha	NO	NO	NO	0	Trinchera de la Noticia	NO	SI	NO	1
Radio 580	NO	NO	NO	0	Del Sur News	NO	SI	NO	1
Radio ABC Estereo	NO	NO	NO	0	Nokaut	NO	SI	NO	1
Radio Centro	NO	NO	NO	0	Bolsa de Noticias	NO	NO	NO	0
Radio Dinámica	NO	NO	NO	0	Canal 10	NO	NO	NO	0
Radio La Primerísima	NO	NO	NO	0	Canal 13	NO	NO	NO	0
Radio Nicaragua	NO	NO	NO	0	Canal 4	NO	NO	NO	0
Radio URACCAN Siuna	NO	NO	NO	0	Correo para ciegos	NO	NO	NO	0
Radio Vos	NO	NO	NO	0	Diario Nica	NO	NO	NO	0
100% Noticias	NO	NO	NO	0	Informe Pastrán	NO	NO	NO	0
Canal 10	NO	NO	NO	0	La voz del sandinismo	NO	NO	NO	0
Canal 13	NO	NO	NO	0	Notifax	NO	NO	NO	0
Canal 2	NO	NO	NO	0	Servicio Nic. de Noticias	NO	NO	NO	0
Canal 4	NO	NO	NO	0	ViaNica	NO	NO	NO	0
Canal 8	NO	NO	NO	0	Corporación	NO	NO	NO	0
Trinchera de la Noticia	NO	NO	NO	0	Radio 580	NO	NO	NO	0
Diario HOY	NO	NO	NO	0	Radio Centro	NO	NO	NO	0
Bolsa de Noticias	NO	NO	NO	0	Radio Nicaragua	NO	NO	NO	0
Del Sur News	NO	NO	NO	0	Radio Vos	NO	NO	NO	0
Nokaut	NO	NO	NO	0	TeleNorteNic	NO	NO	NO	0
Revista Envío	NO	NO	NO	0	Revista Envío	NO	NO	NO	0

Tabla 19: Cibergéneros, conteo positivo

Notas			Entrevistas			Opinión		
100% Noticias	4	100%	Informe Pastrán	4	100%	Confidencial	4	100%
Bolsa de Noticias	4	100%	The Nicaragua Dispatch	4	100%	Diario Nica	4	100%
Canal 10	4	100%	100% Noticias	4	100%	El 19	4	100%
Canal 13	4	100%	El Nuevo Diario	4	100%	La Jornada	4	100%
Canal 2	4	100%	Conexiones	3	75%	El Nuevo Diario	4	100%
Canal 4	4	100%	Confidencial	3	75%	La Prensa	4	100%
Canal 8	4	100%	Diario Nica	3	75%	Trinchera de la Noticia	4	100%
Carta Bodán	4	100%	FutbolNica	3	75%	La Voz del Sandinismo	3	75%
Conexiones	4	100%	La Prensa	3	75%	LaVerdadNica	3	75%
Confidencial	4	100%	Maranatha	2	50%	Canal 8	3	75%
Corporación	4	100%	Radio Camoapa	2	50%	El Pueblo Presidente	2	67%
Correo para ciegos	4	100%	Radio Vos	2	50%	Huella Libre	2	50%
Del Sur News	4	100%	Canal 2	2	50%	Noticias en Somoto	2	50%
Diario HOY	4	100%	Canal 4	2	50%	Servicio Nicaragüense de Noticias	2	50%
Diario Nica	4	100%	El 19	2	50%	The Nicaragua Dispatch	2	50%
El 19	4	100%	Trinchera de la Noticia	2	50%	Radio La Primerísima	2	50%
El Nuevo Diario	4	100%	El Pueblo Presidente	1	33%	100% Noticias	2	50%
El Pueblo Presidente	3	100%	Huella Libre	1	25%	Bolsa de Noticias	2	50%
FutbolNica	4	100%	La Voz del Sandinismo	1	25%	Correo para ciegos	1	25%
Informe Pastrán	4	100%	LaVerdadNica	1	25%	Informe Pastrán	1	25%
La Jornada	4	100%	Notifax	1	25%	Notifax	1	25%
La Prensa	4	100%	ViaNica	1	25%	Radio Camoapa	1	25%
La Voz del Sandinismo	4	100%	Canal 10	1	25%			
LaVerdadNica	4	100%	Canal 13	1	25%	<b>Crónica</b>		
Maranatha	4	100%	TeleNorteNic	1	25%	Pinolero Sports	4	100%
Medina Comunicaciones	3	100%	Diario HOY	1	25%	FutbolNica	3	75%
NicaNoticias	4	100%				La Prensa	2	50%
Nokaut	4	100%	<b>Reportajes</b>			Nokaut	2	50%
Noticias en Somoto	4	100%	La Prensa	4	100%	ViaNica	2	50%
Notifax	4	100%	Revista Envío	4	100%	Bolsa de Noticias	1	25%
Nueva Radio Ya	4	100%	Canal 4	3	75%	Diario HOY	1	25%
Pinolero Sports	4	100%	Confidencial	3	75%	El Nuevo Diario	1	25%
Radio 580	4	100%	El Nuevo Diario	3	75%	Huella Libre	1	25%
Radio ABC Estereo	4	100%	Conexiones	2	50%	The Nicaragua Dispatch	1	25%
Radio Camoapa	4	100%	Maranatha	2	50%	Radio Vos	1	25%
Radio Centro	4	100%	Radio Camoapa	2	50%	Canal 8	1	25%
Radio Dinámica	4	100%	Medina Comunicaciones	1	33%			
Radio La Primerísima	4	100%	Correo para ciegos	1	25%	<b>Debates</b>		
Radio Nicaragua	4	100%	Diario HOY	1	25%	Informe Pastrán	3	75%
Radio URACCAN Siuna	4	100%	Huella Libre	1	25%	100% Noticias	1	25%
Radio Vos	4	100%	LaVerdadNica	1	25%			
Revista Envío	4	100%	Nokaut	1	25%	Tipo		
Servicio Nicaragüense de Noticias	4	100%	The Nicaragua Dispatch	1	25%	Sólo digital		
TeleNorteNic	4	100%	ViaNica	1	25%	Radio		
The Nicaragua Dispatch	4	100%				Televisión		
Trinchera de la Noticia	4	100%	<b>Foro</b>			Diario		
ViaNica	4	100%	Huella Libre	1	25%	Periódico no diario		
Huella Libre	3	75%						

Tabla 20: Cibergéneros, Población y combinaciones

Tres	C	D	E	F	N	R	O	#	Dos	C	D	E	F	N	R	O	#	Uno	C	D	E	F	N	R	O	#	
Diario Nica	N	N	S	N	S	N	S	3	Canal 10	N	N	S	N	S	N	N	2	Corporación	N	N	N	S	N	N	1		
El 19	N	N	S	N	S	N	S	3	Canal 13	N	N	S	N	S	N	N	2	Nueva Radio Ya	N	N	N	S	N	N	1		
El Pueblo Presidente	N	N	S	N	S	N	S	3	Canal 2	N	N	S	N	S	N	N	2	Radio 580	N	N	N	S	N	N	1		
Notifax	N	N	S	N	S	N	S	3	TeleNorteNic	N	N	S	N	S	N	N	2	Radio ABC Estereo	N	N	N	S	N	N	1		
Trinchera de la Noticia	N	N	S	N	S	N	S	3	La Jornada	N	N	N	S	N	S	2	Radio Centro	N	N	N	S	N	N	1			
Canal 4	N	N	S	N	S	N	S	3	Noticias en Somoto	N	N	N	S	N	S	2	Radio Dinámica	N	N	N	S	N	N	1			
Conexiones	N	N	S	N	S	N	S	3	Servicio Nic. de Noticias	N	N	N	S	N	S	2	Radio Nicaragua	N	N	N	S	N	N	1			
Maranatha	N	N	S	N	S	N	S	3	Radio La Primerísima	N	N	N	S	N	S	2	Radio URACCAN Siuna	N	N	N	S	N	N	1			
FutbolNica	S	N	S	N	S	N	S	3	Medina Comunicaciones	N	N	N	S	N	S	2	Carta Bodán	N	N	N	S	N	N	1			
Radio Vos	S	N	S	N	S	N	S	3	Revista Envío	N	N	N	S	N	S	2	NicaNoticias	N	N	N	S	N	N	1			
Bolsa de Noticias	S	N	N	S	N	S	S	3	Pinolero Sports	S	N	N	S	N	N	2	Del Sur News	N	N	N	S	N	N	1			
Canal 8	S	N	N	S	N	S	S	3																			
Nokaut	S	N	N	S	N	S	S	3	Cuatro	C	D	E	F	N	R	O	#	Seis	C	D	E	F	N	R	O	#	C crónica
Correo para ciegos	N	N	N	S	S	S	S	3	Confidencial	N	N	S	N	S	S	S	4	Huella Libre	S	N	S	S	S	S	S	6	D debate
La Voz del Sandinismo	N	N	S	N	S	N	S	3	LaVerdadNica	N	N	S	N	S	S	S	4										E entrevista
									Radio Camoapa	N	N	S	N	S	S	S	4										F foro
Cinco	C	D	E	F	N	R	O	#	100% Noticias	N	S	S	N	S	N	S	4	Tipo									N nota
El Nuevo Diario	S	N	S	N	S	S	S	5	Informe Pastrán	N	S	S	N	S	N	S	4	Sólo digital									R reportaje
La Prensa	S	N	S	N	S	S	S	5	Diario HOY	S	N	S	N	S	N	S	4	Radio									O opinión
The Nicaragua Dispatch	S	N	S	N	S	S	S	5	ViaNica	S	N	S	N	S	N	S	4	Televisión									S sí
																		Diario								N no	
																		Periódico no diario									# no. positivo

Gráfico 23: Población y combinaciones Cibergénero

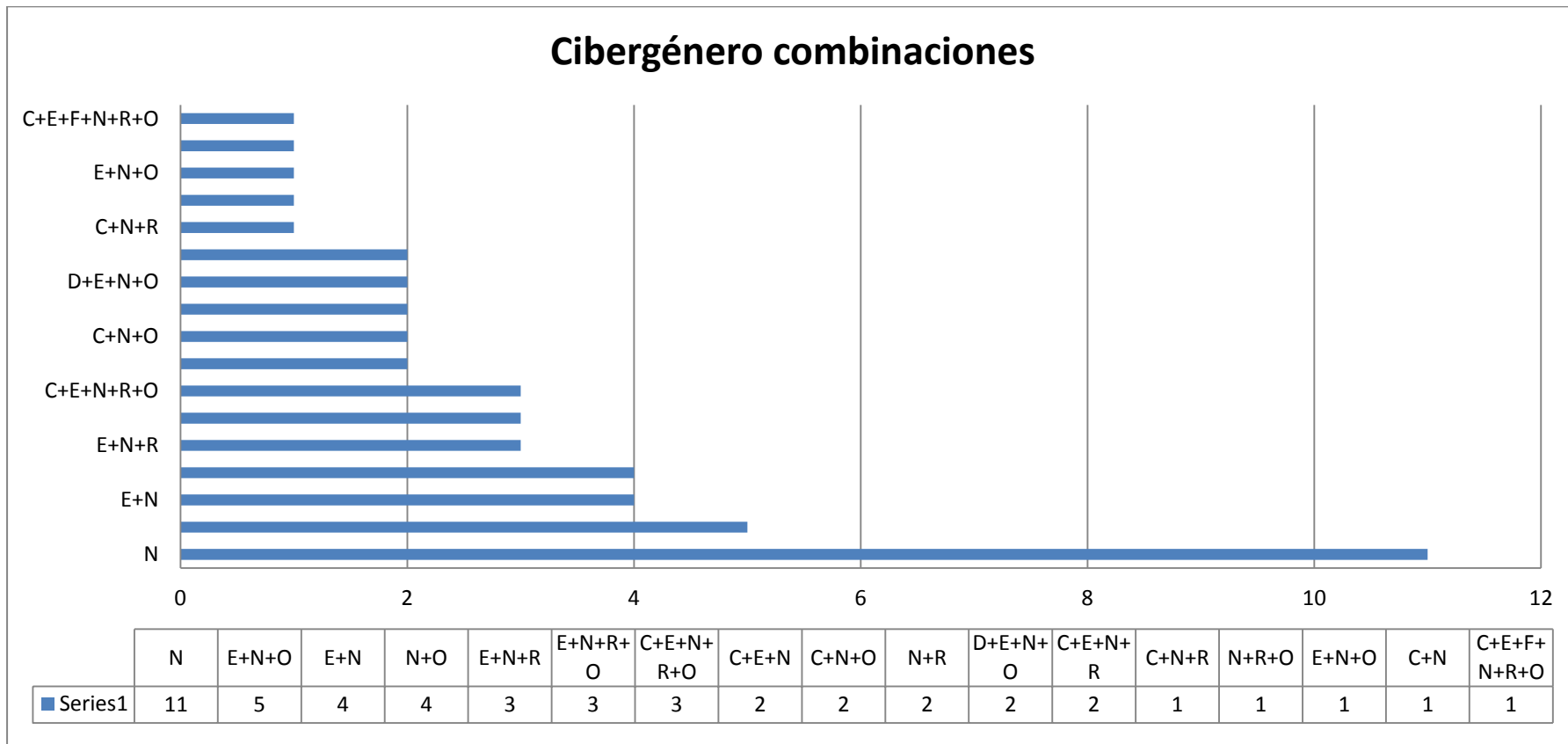
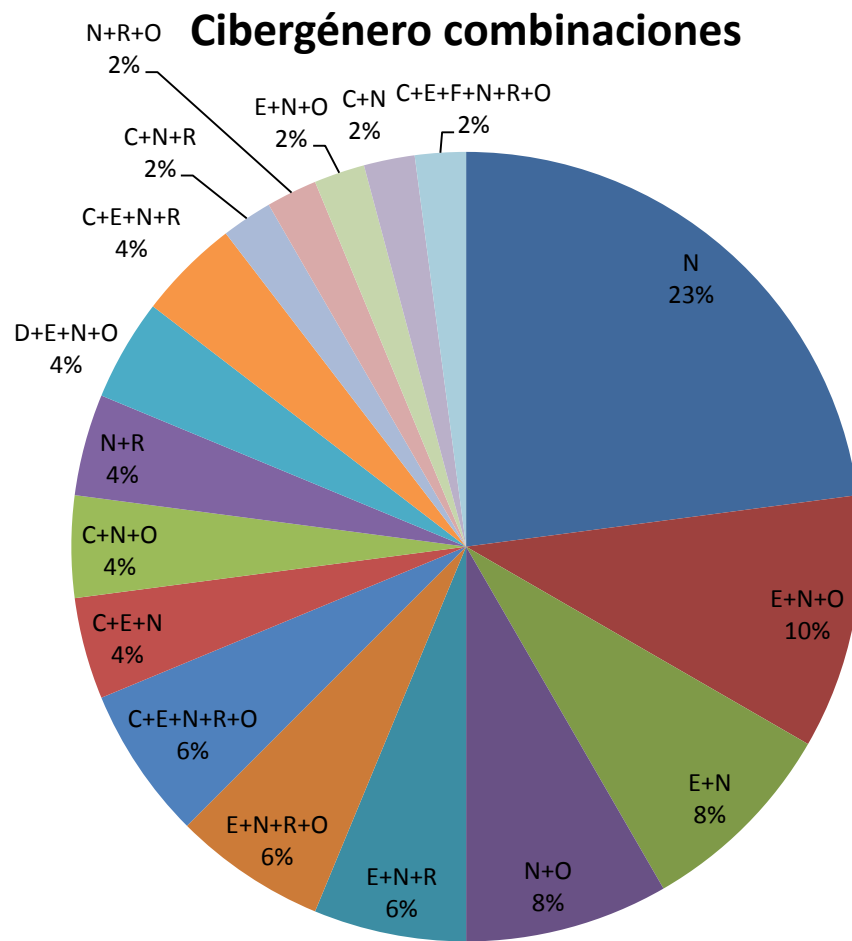




Gráfico 24: Distribución combinaciones Cibergénero



Cibermedios Periodísticos de Nicaragua en 2012