



GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
UNIVERSIDAD DE LEÓN
Curso Académico 2017/2018

**LAS HEMEROTECAS DE LOS DIARIOS DIGITALES
ESPAÑOLES EN TIEMPOS DE GOOGLE**
**THE DIGITAL PRESS ARCHIVES IN SPAIN
IN THE GOOGLE ERA**

Elías Jesús Lacave Rodero

Tutor: Josefa Gallego Lorenzo

EL/LA TUTOR/A,

EL/LA ALUMNO/A,

Fdo.:

Fdo.:

Resumen:

En este trabajo se examinan los sistemas de consulta de los diarios digitales españoles, seleccionados en función de los índices de audiencia de los meses de febrero y marzo de 2018, con la finalidad de describir sus actuales características y patrones más importantes. Por un lado, se presentan los resultados del análisis, realizado a partir del método de evaluación propuesto por Javier Guallar, que ponen de relieve el declive de la hemeroteca digital tradicional. Por otro lado, permiten reflexionar sobre los propios paradigmas de investigación de la documentación y la necesidad de adoptar un enfoque interdisciplinar que tenga en cuenta la complejidad de un entorno tan dinámico como el digital, prestando atención a la evolución del periodismo online, las nuevas maneras y los nuevos soportes de buscar y acceder a la información o el papel 'fagocitador' de Google.

Palabras clave: *Diarios digitales, Evaluación, España, Hemerotecas digitales, Sistemas de búsqueda*

Abstract:

This paper examines the consultation systems of Spanish digital newspapers, selected according to the audience indexes for the months of February and March 2018, in order to describe their current characteristics and most important patterns. On one hand, the results of the analysis, made from the evaluation method proposed by Javier Guallar, highlight the decline of the traditional digital press archives. On the other hand, they allow us to reflect on the paradigms of documentation research and the need to adopt an interdisciplinary approach that takes into account the complexity of a dynamic environment such as digital, paying attention to the evolution of online journalism, the new ways and devices to search and access information or Google's 'phagocytizing' role.

Keywords: *Digital press archives, Evaluation, Online newspapers, Search systems, Spain*

Índice de contenido

1. INTRODUCCIÓN	6
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	9
3. DESARROLLO	11
3.1. El método de evaluación de Guallar	11
3.2. Aspectos generales	12
3.2.1. Denominación.....	12
3.2.2. Ubicación del acceso a la hemeroteca.....	13
3.2.3. Información sobre la hemeroteca.....	15
3.2.4. Productos documentales.....	17
3.3. Contenidos	19
3.3.1. Colecciones disponibles	19
3.3.2. Formatos disponibles.....	21
3.3.3. Cobertura temporal.....	22
3.4. Sistema de consulta	23
3.4.1. Tipos de consulta por interrogación (palabras clave).....	23
3.4.2. Lenguaje de consulta.....	25
3.4.3. Visualización de los índices	26
3.4.4. Ajuste de relevancia	27
3.4.5. Acotación temporal.....	28
3.4.6. Acotación en colecciones.....	29
3.4.7. Acotación en formatos	30
3.4.8. Acotación por campos del registro.....	31
3.4.9. Reutilización de las búsquedas	31
3.4.10. Consulta de tesauros u otros vocabularios controlados.....	32
3.4.11. Acceso por navegación cronológica (browsing).....	32
3.4.12. Ayudas	34
3.5. Presentación de resultados	35
3.5.1. Gestión de las listas de resultados.....	35
3.5.2. Campos visualizados del registro del documento	36
3.5.3. Agrupación de resultados por categorías	37
3.5.4. Identificación de los términos de búsqueda en el documento	38
3.5.5. Formatos de visualización de un mismo documento	40
3.5.6. Gestión de los documentos recuperados.....	41
3.5.7. Presentación de documentos relacionados	42

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	43
4.1. Datos negativos en casi todos los indicadores	44
4.2. Notables diferencias entre los 15 diarios	44
4.3. Simplificación de las opciones de búsqueda	44
4.4. Ambigüedad del término 'hemeroteca'	45
4.5. Pérdida de relevancia de los enlaces a la hemeroteca	45
4.6. Secciones desactualizadas y poco atractivas	46
4.7. Nuevas maneras de difundir la información de archivo	46
4.8. Nuevas maneras de buscar información	48
4.9. El papel 'fagocitador' de Google	49
4.10. Nuevos enfoques de evaluación	49
5. CONCLUSIONES	51
6. BIBLIOGRAFÍA	52

Índice de tablas

Tabla 1. Listas de los diez diarios digitales con mayor audiencia según cada sistema de medición.	10
Tabla 2. Lista de los diarios de nuestra muestram junto a sus respectivas URL.	11
Tabla 3. Ubicación del acceso a la hemeroteca.	14
Tabla 4. Información sobre la hemeroteca.	16
Tabla 5. Productos documentales.	19
Tabla 6. Colecciones disponibles.	21
Tabla 7. Formatos disponibles.	21
Tabla 8. Cobertura temporal.	23
Tabla 9. Tipos de consulta por interrogación (palabras clave).	24
Tabla 10. Lenguaje de consulta.	26
Tabla 11. Visualización de los índices.	26
Tabla 12. Ajuste de relevancia.	27
Tabla 13. Acotación temporal.	28
Tabla 14. Acotación en colecciones.	29
Tabla 15. Acotación en formatos.	30
Tabla 16. Acotación por campos del registro.	31
Tabla 17. Reutilización de las búsquedas.	32
Tabla 18. Consulta de tesauros u otros vocabularios controlados.	32
Tabla 19. Acceso por navegación cronológica.	33
Tabla 20. Ayudas.	35
Tabla 21. Gestión de las listas de resultados.	35
Tabla 22. Campos visualizados del registro del documento.	36
Tabla 23. Agrupación de resultados por categorías.	38
Tabla 24. Identificación de los términos de búsqueda en el documento.	39
Tabla 25. Formatos de visualización de un mismo documento.	40
Tabla 26. Gestión de los documentos recuperados.	41
Tabla 27. Presentación de documentos relacionados.	42
Tabla 28. Resultados globales y en comparación con los resultados de 2012.	43

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Menú desplegable secundario de Abc.	8
Ilustración 2. Página que aparece bajo la URL https://as.com/hemeroteca/	13
Ilustración 3. Página de Servicios de El Mundo, donde está el enlace a la Hemeroteca.	15
Ilustración 4. Página de la sección de Hemeroteca de El País.	17
Ilustración 5. Imagen de la sección Hemeroteca de Abc.	18
Ilustración 6. Algunos de los diferentes buscadores de El Mundo.	20
Ilustración 7. El buscador de Marca, con opción de filtrar las búsquedas por formato.	22
Ilustración 8. La sección de Hemeroteca de Marca.	22
Ilustración 9. El buscador de El Diario, sin opciones de filtrado u ordenación de los resultados.	24
Ilustración 10. Opciones avanzadas para la consulta en la hemeroteca de Abc. ...	25
Ilustración 11. El diario Marca permite visualizar más de un índice.	27
Ilustración 12. El buscador de El Mundo, con opción de ajustar la relevancia.	28
Ilustración 13. El buscador de El Español no permite acotar temporalmente las búsquedas.	29
Ilustración 14. El buscador de Abc permite acotar la búsqueda en varias colecciones.	30
Ilustración 15. El buscador de 20 Minutos permite acotar las consultas por formato.	31
Ilustración 16. El Confidencial despliega en portada el calendario de búsqueda. ...	33
Ilustración 17. Europa Press ofrece algunos consejos para mejorar las búsquedas.	34
Ilustración 18. La Razón es el diario que menos campos de registro muestra.	37
Ilustración 19. El Periódico permite elegir entre Noticias y Noticias con vídeos.	38
Ilustración 20. Términos resaltados en los registros de La Vanguardia.	39
Ilustración 21. El Periódico permite visualizar el texto, pero no el PDF.	40
Ilustración 22. La selección de redes sociales de Abc.	41

1. INTRODUCCIÓN

Los sistemas de acceso y consulta a los contenidos retrospectivos de la prensa digital española han sido objeto de interesantes estudios académicos a partir del momento en que los diarios comenzaron, a mediados de la década pasada, a enriquecer y actualizar sus contenidos, su diseño y sus prestaciones adaptándose al entorno dinámico de Internet y a los nuevos hábitos, necesidades y expectativas de los usuarios de la red. Los indispensables trabajos que nos sirven de referencia para este trabajo fueron publicados entre 2007 y 2012 por Javier Guallar, muchas veces en colaboración con otros autores, como Ernest Abadal y Lluís Codina, y culminaron en una ambiciosa propuesta de evaluación de las hemerotecas digitales de los diarios españoles a partir de un exhaustivo análisis longitudinal, en tres fases, de dichos sistemas de consulta (Guallar, 2012).

Este trabajo permitió distinguir con claridad las principales propiedades y potencialidades que caracterizaban entonces, siempre desde el punto de vista de la documentación, los servicios de búsqueda de los diarios digitales. Además, examinó la evolución que habían experimentado dichos servicios, "desde meros depósitos de documentos sin sistema de búsqueda" hasta "disponer de una amplia variedad de formas de recuperar información, mayor cobertura temporal y diferentes posibilidades de visualizar los contenidos" (Guallar, 2012: 11), y detalló sus patrones técnicos de funcionamiento y sus tendencias más significativas desde dos perspectivas: la disciplina y la práctica profesional de la documentación periodística y el análisis de la memoria o documentación como característica de la prensa digital.

El método de evaluación de recursos web de Codina (2000b, 2006) y el modelo de indicadores para el análisis de bases de datos web de Abadal (2002) son dos de los ejes básicos sobre los que se fundamenta la propuesta de Guallar. Pero esta se apoya también en numerosos estudios que recopilan y clasifican recursos sobre prensa y periodismo digital, entre los que destacan las obras de Jiménez y González (2001), Rubio Lacoba (2002), Giménez Toledo (2002), Giménez Toledo y López Martín (2003), Pareja Pérez (2003 y 2006) y Arquero y García Ochoa (2005).

A su vez, la propuesta se basa en un heterogéneo conjunto de trabajos dedicados concretamente al análisis y evaluación de hemerotecas de prensa digital: desde el método pionero propuesto por Schultz (1999), que sirvió de inspiración para otros autores como Palacios (2002), Daltoé (2003) y Zamith (2008), hasta los trabajos que analizan los servicios de valor añadido en los diarios digitales, como los de Jiménez López, Fuentes y González Quesada (2000) y Jiménez (2003a y b), pasando por propuestas específicas como las de Cowen (2001), García Gómez y González Olivares (2001), López Carreño (2004), Greer y Mensing (2006), García de Leon y Caldera-Serrano (2007), Martínez Rubio (2008, 2010), López Aguirre (2009), Rodríguez-Martínez, Codina y Pedraza-Jiménez (2010 y 2012), Said-Hung et al (2011) y Acosta-Valdés et al (2011).

Los trabajos de Guallar están marcados por una visión ortodoxa y clásica de la documentación, poco afectados todavía por los cambios de paradigma que en los últimos años han venido alterando significativamente no solo los modos -y los medios- de acceso a la información periodística de archivo sino también el papel que juega la documentación dentro de un diario. En aquellos estudios subyace la idea de que la hemeroteca digital de un diario, entendida como "una nueva sección del diario en la que el fondo retrospectivo llega hasta el lector de diversas maneras" (Guallar, 2012: 198), constituye la principal puerta de entrada de los usuarios a la información de archivo de un periódico digital y, por tanto, debe disponer de un sistema de acceso fácilmente reconocible. De ahí que los primeros indicadores que se propusieron para estos sistemas de consulta fueran precisamente la denominación y la ubicación de dicho acceso dentro del sitio web. Hoy en día, sin embargo, los diarios han reducido la identificación de su principal servicio de consulta a la imagen que representa el *buscador de contenidos* interno (el simple icono de una lupa), y han eliminado de los

menús principales de sus cabeceras los enlaces a sus respectivas 'hemerotecas', desterrándolos a menús desplegables secundarios (ilustración 1).

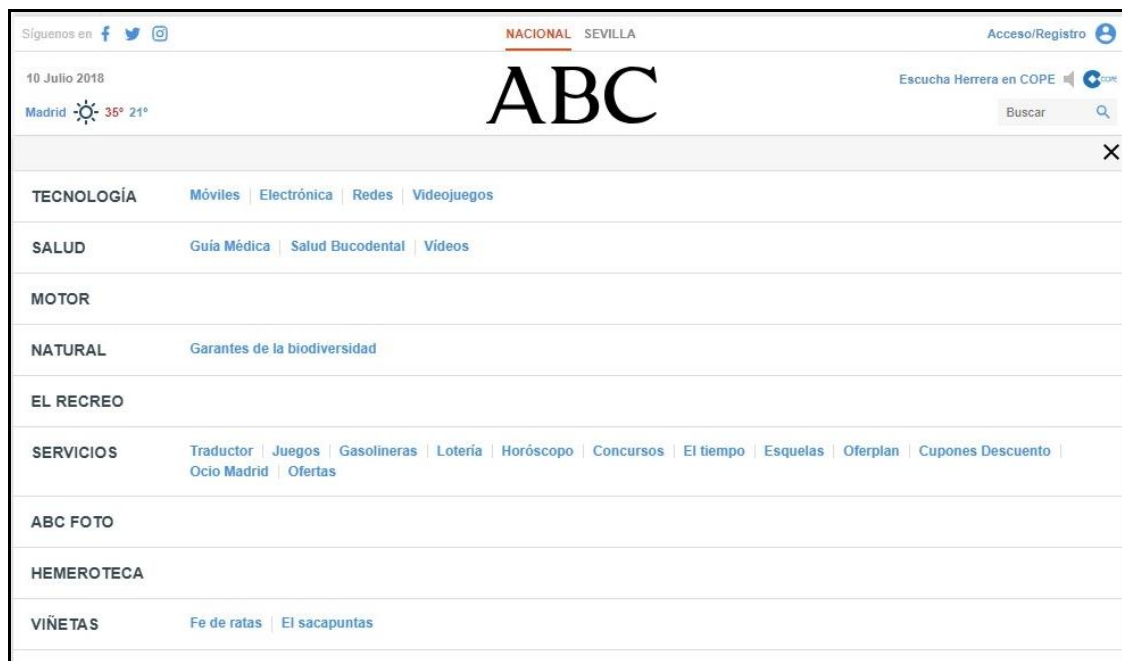


Ilustración 1. Menú desplegable secundario de Abc.

En el fondo, la propuesta que hace Guallar (2012) de un método de evaluación de los servicios de consulta de la prensa digital se basa en los modelos tradicionales de organización general del trabajo documental, que son los que hasta hace muy pocos años seguían teniendo vigencia en los archivos de los periódicos; unos departamentos que siempre habían sido en cierto modo independientes, parte incuestionable de la cadena de producción periodística pero que lo eran de manera anexa o accesoria. Se entendía que la sección de Documentación podía y debía tener su hueco, su propia sección dentro de la versión digital del diario, y que el perfeccionamiento de su servicio, para el cual en principio no parecían existir demasiadas restricciones logísticas, redundaba en el prestigio del medio o revelaba, al menos, el grado de compromiso de cada uno de ellos por difundir las informaciones de su propio archivo.

Actualmente, dichas secciones siguen existiendo pero han perdido poco a poco la relevancia que tenían hace solo unos años (paralelamente a la merma que han sufrido a todos los niveles, muchas veces hasta su completa desaparición, los archivos físicos de los diarios de nuestro país). Eso no significa que los medios hayan perdido el interés por difundir el contenido de sus archivos o hayan dejado de difundirlo, sino más bien que han aprendido -y siguen aprendiendo- a hacerlo a través de otros canales (buscadores genéricos, redes sociales) y soportes (multipantalla) de acceso masivo a la información, mediante los que satisfacen las nuevas necesidades y expectativas informativas del usuario medio (rapidez, inmediatez, eficacia, etc.), ya que este, como se sabe, ejerce un protagonismo cada vez mayor en el proceso de producción periodística. De la misma manera que la desaparición de los documentalistas de las plantillas de los periódicos no significa que los periodistas prescindan ya de la documentación del propio diario (sino que acceden a ella de otra manera, sin la mediación de aquellos), el abandono o arrinconamiento de las hemerotecas digitales no implica que los diarios dejen de lado sus informaciones

antiguas ni que renuncien, tampoco, a rentabilizarlas bajo los modelos de negocio imperantes en el universo digital.

Cuando Guallar, Abadal y Codina (2012b: 602) afirman que "en la evolución de los sistemas de hemeroteca de la prensa digital se está tendiendo de manera preocupante en algunos medios hacia una excesiva simplificación de la consulta, lo que está provocando un empobrecimiento de estos sistemas desde el punto de vista documental", están identificando, en realidad, indicios de la pérdida de relevancia de los procedimientos tradicionales de búsqueda y recuperación de información, señales de un cambio de paradigma muy complejo que entonces todavía solo empezaba a emerger tímidamente, y que chocaban de manera frontal con los principios normativos y las "buenas prácticas" dictadas por nuestra disciplina.

En ese contexto, estos autores se permitían aludir con cierta ironía a las recomendaciones de algunos "gurús de la usabilidad" (como Nielsen) al entender que algunos grandes medios como El País, El Mundo o El Periódico habían "retrocedido" por eliminar la búsqueda avanzada, y lamentaban abiertamente la propensión de los diarios a limitar algunas prestaciones que consideraban "necesarias para garantizar la calidad" de las consultas, tales como la diversidad de opciones de búsqueda parametrizada (por campos del registro, temporal, etc.), el lenguaje documental booleano completo y otras prestaciones más avanzadas como la consulta de índices, la reutilización de búsquedas o los ajustes de relevancia. Sin embargo, los avances tecnológicos y la progresiva automatización de las consultas han dejado prácticamente infrautilizadas todas esas prestaciones a la hora de buscar información periodística de archivo. Pero lo que ha cambiado, a fin de cuentas, es qué se consulta, quién lo hace y cómo y para qué se hace.

Los estudios citados poseen, no obstante, un inestimable valor descriptivo, pues detallan las características y prestaciones de los modelos de consulta existentes en los diarios digitales en los tiempos en los que, para encontrar una noticia antigua, lo lógico era buscarla en la hemeroteca de un periódico, sin que la lentitud, la farragosidad o las imperfecciones de aquellos sistemas de consulta supusieran impedimentos de la magnitud que representan hoy en día en el vertiginoso mundo de Internet, dominado por la inmediatez y la instantaneidad.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Partiendo de los indicadores del método de evaluación elaborado por Guallar (2012), en este trabajo nos centraremos en estos dos objetivos:

- Analizar las características que tienen actualmente los sistemas gratuitos de consulta de información de archivo en los diarios digitales españoles.
- Reflexionar sobre nuevos enfoques y parámetros que pueden tenerse en cuenta a la hora de evaluar dichos sistemas de consulta.

Se seguirá una metodología evaluativa partiendo de una muestra de diarios representativos de la prensa digital española actual, que se someterán a examen en función de los indicadores que se describen en el citado método de evaluación, y se analizarán los resultados comparándolos con los de aquel mismo estudio, con la finalidad de averiguar en qué han cambiado los sistemas de consulta de los diarios. A raíz de este análisis, se reflexionará sobre la utilidad de los indicadores de dicha guía y se describirán nuevos parámetros que podrían tenerse en cuenta a la hora de evaluar dichos servicios.

Para seleccionar la muestra, se ha usado el mismo criterio que el de los análisis realizados por Guallar entre 2007 y 2012. Los diarios de aquellas muestras fueron escogidos por su alto nivel de audiencia. Aquella lista se extrajo a partir de los índices de EGM (Estudio General de Medios) y OJD (Oficina de Justificación de la Difusión), los dos sistemas tradicionales de métricas comparativas de medios de comunicación españoles en Internet. Por diversas razones, algunos medios como elmundo.es se excluyen actualmente de estos sistemas de medición pero sí son auditados por ComScore, un nuevo servicio que también registra las métricas de muchos de los diarios evaluados por EGM y OJD.

Actualmente, algunos de los 13 diarios que componían la muestra de Guallar han perdido su liderazgo de audiencia y han sido adelantados por otros medios en los 'rankings' que miden las cifras mensuales de usuarios. En lugar de plantearnos un nuevo estudio longitudinal, hemos seleccionado los medios que en febrero y marzo de 2018 gozan de mayor difusión. Para crear una nueva lista representativa que no dejara fuera ningún medio importante, hemos elaborado 3 listas con los 10 diarios que, en cada uno de los tres sistemas métricos citados (EGM, OJD y ComScore), encabezan los índices de audiencia (tabla 1).

Tabla 1. Listas de los diez diarios digitales con mayor audiencia según cada sistema de medición. (En negrita, los diarios incluidos en nuestra muestra).

EGM (feb-mar. 2018)	Comscore (marzo 2018)	OJD (marzo 2018)
1.Elpaís.com 2.Marca.com 3.As.com 4.Lavanguardia.com 5.20minutos.com 6.Elperiódico.com 7.Elmundodeportivo.com 8.Larazon.es 9.Sport.es 10.Lavozdegalicia.es	1.Elmundo.es 2.Elpais.com 3.Lavanguardia.com 4.Abc.es 5.20minutos.com 6.Elconfidencial.com 7.Elespanol.com 8.Elperiodico.com 9.Okdiario.com 10.Eldiario.es	1.Elespanol.com 2.Eldiario.es 3.Publico.es 4.Europapress 5.Larazon.es 6.Elnacional.cat 7.Ara.cat 8.Naciodigital 9.Ultimahora.es 10.Canarias7.es

Hemos dado preferencia a la lista de ComScore porque es la que tiene más diarios comunes con las otras dos listas (8 diarios), y la hemos incluido entera. Además, hemos incorporado los diarios que aparecen entre los 5 primeros puestos de las otras dos listas y no tienen presencia entre los 10 primeros de la lista de ComScore (2 diarios de la lista del EGM y 3 diarios de la lista de OJD). La relación completa de 15 diarios está compuesta por los siguientes medios¹:

*ComScore*²: El Mundo, El País, La Vanguardia, Abc, 20 Minutos, El Confidencial, El Español, Ok Diario, El Periódico y El Diario.

*EGM*³: Marca y As.

*OJD*⁴: Público, Europa Press y La Razón.

De estos 15 diarios, ocho de ellos ya estaban presentes en la lista de los estudios anteriores, mientras que los siete restantes -todos ellos de información general- suponen nuevas incorporaciones. De estos siete, seis son exclusivamente digitales (El Confidencial, El Español, Ok Diario, El Diario y Público) y solo uno cuenta con una versión impresa (La Razón). La muestra no incluye ningún diario local, pero resulta suficientemente variada puesto que contiene prensa general y deportiva, de pago y gratuita y digital-impresa y exclusivamente digital. Por otra parte, debemos señalar que nos hemos centrado en el análisis de los sitios web en su versión para ordenador, no en su versión para otro tipo de pantallas.

Las URL de las páginas de inicio de los 15 diarios digitales aparecen listadas por orden alfabético en la tabla 2.

Para este trabajo se ha utilizado el estilo APA en las citas bibliográficas.

Tabla 2. Lista de los diarios de nuestra muestra junto a sus respectivas URL.

Nombre del diario	URL de la página de inicio
Abc	https://www.abc.es/
As	https://as.com/
El Confidencial	https://www.elconfidencial.com/
El Diario	https://www.ElDiario/
El Español	https://www.elespanol.com/
El País	https://elpais.com/
El Mundo	http://www.elmundo.es/
El Periódico	https://www.elperiodico.com/es/
Europa Press	http://www.europapress.es/
La Razón	https://www.larazon.es/
La Vanguardia	http://www.lavanguardia.com/
Marca	http://www.marca.com/
Ok Diario	https://okdiario.com/
Público	http://www.publico.es/
20 Minutos	https://www.20minutos.es/

¹ Para facilitar la lectura, en este trabajo nos referimos a los sitios web de los diarios por los nombres por los que se conoce comúnmente cada medio, separando las palabras que los componen y prescindiendo de los dominios '.com' o '.es'.

² Los índices de ComScore pueden consultarse en: <https://dircomfidencial.com/medios/comscore-el-espanol-y-20-minutos-los-unicos-digitales-que-crecieron-en-febrero-20180320-0400/>

³ Los índices de EGM están disponibles en: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/04/internet118.pdf>.

⁴ Los índices de OJD se encuentran en: <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales#>.

3. DESARROLLO

3.1. El método de evaluación de Guallar

Antes de pasar a desarrollar nuestro estudio, conviene explicar someramente en qué consiste el método de evaluación de hemerotecas digitales propuesto por este autor.

El modelo para el análisis y evaluación de hemerotecas digitales de prensa es una propuesta que Javier Guallar basa en 27 indicadores (25 de los cuales deben puntuarse con entre 0 y 3 puntos). Su utilidad principal es la de identificar la situación de los medios en cuanto a la calidad de sus hemerotecas digitales, señalando aquellos diarios que se encuentran en mejor y en peor situación a través de un ranking. Se trata de un método pormenorizado y aporta una serie de elementos conceptuales de análisis relativamente abstractos que consideramos idóneos para nuestros objetivos.

Los 27 indicadores se agrupan en 4 categorías: A) Aspectos generales; B) Contenidos; C) Sistema de consulta; y D) Presentación de resultados. La escala de puntuación se basa en los siguientes valores: excelente (3 puntos), correcto pero necesita mejoras (2), deficiente (1) e inexistente o muy deficiente (0). Solo dejaremos fuera el indicador relativo al coste, que es el cuarto apartado de la categoría 'Aspectos generales', ya que nuestro trabajo se centra en el análisis de los servicios de consulta de acceso libre y gratuito.

3.2. Aspectos generales

Los indicadores que forman parte de este primer grupo son los siguientes: A1. Denominación; A2. Ubicación del acceso a la hemeroteca; A3. Información sobre la hemeroteca; A4. Coste (que no se contempla en este trabajo); y A5. Productos documentales.

3.2.1. Denominación

Como ya se ha dicho, en los estudios que nos sirven de referencia para este trabajo, la denominación que los sitios web periodísticos otorgan a su sistema o sus sistemas de consulta retrospectiva constituía el primer indicador para la evaluación de dichos sistemas. Si bien se incluía solamente a título informativo y no recibía puntuación, se valoraba que la denominación fuera "clara" y "fácilmente identificable por los usuarios que consultan un periódico digital". Se constató que las denominaciones más frecuentes eran 'buscar' o 'buscador' (en 12 de los 13 diarios), 'hemeroteca' (en 10 diarios) y 'archivo' (en 5). Casi todos los sitios web mantenían más de una denominación para servicios de consulta diferenciados, y se consignó la tendencia ("con algunos matices") a identificar el término 'buscador' con la "búsqueda por palabra clave" y el término 'hemeroteca' con el "acceso a contenidos retrospectivos de la edición impresa y casi siempre en pdf" (Guallar, 2012).

Estas denominaciones se mantienen hoy en día, con muy pocas variaciones, en los sitios web estudiados. Todos ellos, sin excepción, cuentan con una caja de búsqueda identificable como sistema de consultas internas⁵. Y casi todos siguen un patrón bastante uniforme en relación con la denominación del buscador. En las cajas de búsqueda de todos los sitios web analizados aparece la palabra 'buscar' o alguna de la misma familia. En la página de resultados, la palabra 'buscador' o alguna de la misma familia aparece en el título de la mayoría de las páginas de resultados del buscador; sin embargo, en otras como Abc o La Vanguardia no aparece ningún título

⁵ Los estudios anteriores no aclaraban si las denominaciones "buscar" o "buscador" se referían a los botones que solía haber junto a la caja de búsqueda, a los títulos de las páginas de resultados o a las URL de dichas páginas, que son los tres elementos que contenían, y aún contienen, estos términos.

o epígrafe. Y en las URL de estas páginas aparece mayoritariamente la palabra 'buscador' (en español o en sus equivalentes en inglés) pero también aparecen los términos 'hemeroteca' o 'archivo' hasta en tres ocasiones (Abc, El Mundo y Marca), dos de ellas unidas, eso sí, al término 'buscador'.

La denominación 'hemeroteca' o 'archivo' se mantiene igualmente en la mayoría de los diarios. Estos términos aparecen, por una parte, como enlaces, y por otra, como títulos -o parte de ellos- de las páginas que nombran secciones específicas (y como parte de sus URL)⁶. Lo primero que llama la atención es que hay dos diarios (As y 20 Minutos) que no ofrecen enlaces a servicios de hemeroteca o archivo en los menús principales o secundarios de la página de inicio; el caso de As es especial porque ya no tiene una sección de hemeroteca (ilustración 2). El segundo dato llamativo es la predominancia del término 'hemeroteca' para nombrar los enlaces y la sección de consultas de los diarios digitales (solo El País y 20 Minutos encabezan sus respectivas secciones con la palabra 'archivo'). En cuanto a las URL de las páginas que constituyen esta sección, predomina también el término 'hemeroteca', aunque en tres casos aparecen las palabras 'archivo' (El Periódico y 20 Minutos) o 'diario' (El País).



Ilustración 2. *Página que aparece bajo la URL <https://as.com/hemeroteca/>.*

La mayor contradicción se produce al observar las diferencias entre servicios o secciones de consulta nombrados con la misma denominación, como se verá cuando analicemos los siguientes indicadores. Podemos anticipar que, a diferencia de lo que reflejaban los estudios precedentes, el término 'hemeroteca' ya no se identifica necesariamente con el "acceso a contenidos retrospectivos de la edición impresa y casi siempre en pdf" (como reflejaron los análisis precedentes), sino, buena parte de las veces, con el propio buscador web de los diarios.

⁶ En estudios anteriores, tampoco quedaba claro si la denominación se extraía de uno, de varios o de todos estos elementos: enlaces principales (situados en los menús principales de la cabecera); enlaces ubicados en cualquier parte del sitio web; títulos o epígrafes de las secciones vinculadas a dichos enlaces; títulos o epígrafes de las secciones (vinculadas a enlaces o no); o URL de esas páginas. Al aludir a la denominación de la hemeroteca, nosotros nos referimos a los enlaces principales, a los títulos de las páginas vinculadas a esos enlaces y a las URL de estas páginas.

3.2.2. Ubicación del acceso a la hemeroteca

La ubicación del acceso a la hemeroteca es el primer indicador que sí puede medirse y recibir una puntuación según la guía de evaluación que nos sirve de referencia. Este indicador quedó definido en los estudios precedentes como localización del acceso al servicio de hemeroteca o buscador en la página principal del diario o en el menú constante. Aquellas investigaciones constataron que los sitios web de prensa tenían puntuaciones altas y medias-altas en este indicador, por lo que se consideró que la prensa digital otorgaba "importancia" a la localización de la hemeroteca o buscador: "La ubicación es siempre (en todos los diarios estudiados) en el menú horizontal superior, como mínimo para uno de los accesos" (Guallar, 2012).

Tabla 3. *Ubicación del acceso a la hemeroteca.*

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
A2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1

Para evaluar este indicador no se discriminaba, sin embargo, entre el enlace textual (localización del acceso al servicio de hemeroteca) y el cuadro de búsqueda (localización del buscador), y se atribuía el mismo peso a cada elemento siempre que, como ocurría en aquellos tiempos en "una amplia mayoría de los diarios", sus sitios web tuvieran "todos sus accesos a sistemas de consulta de fondos retrospectivos" en el menú horizontal superior, es decir, combinaran las dos modalidades mencionadas. Cuando el buscador sí tenía un punto de acceso visible en el menú principal, pero no se podía acceder al servicio de hemeroteca desde la página de inicio -lo que ocurre hoy en día, como veremos a continuación, en la mayoría de los diarios-, el diario obtenía en este indicador una valoración baja. Se citaba el caso de Marca, que se calificaba de "grave". Así se justificaba la deficiencia: "No existe un acceso de manera transparente para el usuario desde la página de inicio del diario, y se debe localizar tecleando la dirección <http://www.marca.com/hemeroteca> (o mediante los términos Hemeroteca y Marca en un buscador)" (Guallar, 2012: 86).

Por una parte, estaban, entonces, las cajas o los recuadros para la búsqueda, que seguían los patrones de las sedes web y eran fácilmente visibles en la parte superior derecha de las páginas de inicio, algo que no ha cambiado en la actualidad (por más que algunos diarios hayan optado por situar el suyo en la parte superior izquierda). Se trata de un modelo estandarizado hace mucho tiempo para sitios web con mucho contenido, aunque estilizado y modernizado. El aspecto de los buscadores se ha refinado con el tiempo, pero su ubicación en las posiciones superiores de la 'home' se mantiene como norma general indiscutible desde que se publicaron las célebres recomendaciones de Nielsen (2001). Y es un elemento que, por lo general, tiene presencia destacada en las versiones móviles de las cabeceras. Y, por otra parte, estaban los enlaces a la hemeroteca o al archivo "en el menú horizontal superior". El más reciente de aquellos estudios -de hace solo seis años- aclara que

los sitios web de los diarios adoptaban “la disposición de dos líneas de menú horizontales en la parte superior, una de ellas pensada para acceder temáticamente a los contenidos o secciones (menú principal)” y otra línea que agrupaba “otro tipo de accesos (servicios, gráficos, versión impresa, etc.) entre los cuales, en muchos casos, el enlace a la hemeroteca” (Guallar, 2012).

Pero el diseño de las cabeceras ha cambiado sustancialmente hoy en día. La mayoría de los diarios tiene una sola línea de menú horizontal superior para las secciones principales y un menú secundario (siempre desplegable) para el resto de secciones. La diferencia es importante porque en todos los diarios de nuestra muestra, excepto en El Confidencial, los enlaces a la ‘hemeroteca’ o al ‘archivo’ aparecen ocultos tras el botón mediante el que se despliegan dichos menús secundarios. Es decir, los diarios han pasado de mostrar sus accesos en sus menús principales a esconderlos en menús secundarios, por lo general bajo el epígrafe genérico ‘Servicios’, en lugares muy poco destacados y con tipos de letra pequeños (como refleja la ilustración 3).

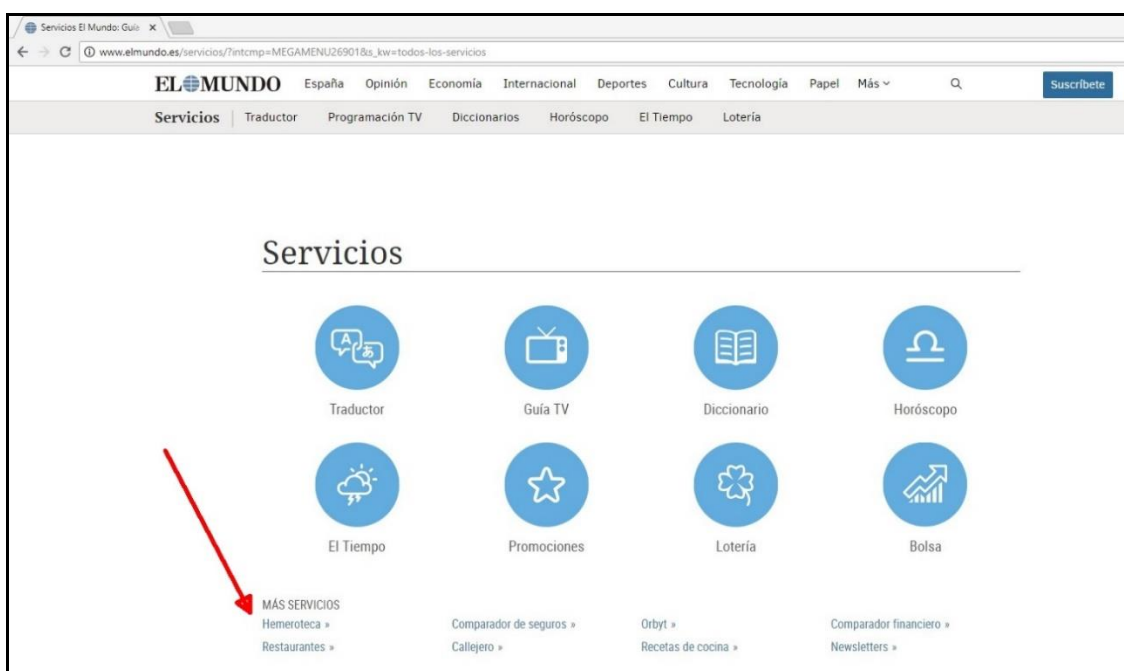


Ilustración 3. *Página de Servicios de El Mundo, donde está el enlace a la Hemeroteca.*

La práctica totalidad de los sitios web de los diarios digitales obtienen hoy una puntuación baja en este indicador, ya que mantienen sus buscadores en lugares destacados pero ningún acceso a la hemeroteca o al archivo en el menú principal, obligando al usuario a interactuar con la página y desplegar menús para localizar estos accesos (ver tabla 3). El hipervínculo textual ('Hemeroteca', 'Archivo') se ha convertido en una entrada a la hemeroteca difícil de encontrar. Se puede decir que el verdadero reclamo visible de consulta documental genérica en las cabeceras de los sitios web de los diarios se limita ahora a una pequeña representación gráfica, concretamente el icono de una lupa, estandarizado como botón de activación de un cuadro de búsqueda interna (el buscador web).

3.2.3. Información sobre la hemeroteca

La “información general” y las “explicaciones sobre diferentes aspectos de la hemeroteca: fondos, tecnología (programa utilizado), etc.” configuran el siguiente indicador de la guía de Guallar, que ya en el estudio anterior no ofrecía, en general, resultados satisfactorios. Hoy por hoy los resultados serían aún peores, ya que la información relativa a los contenidos y características del sistema de consulta brillan por su ausencia (tabla 4).

Tabla 4. Información sobre la hemeroteca.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
A3	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0,1

En el estudio precedente, solo unos cuantos diarios recibieron puntuaciones altas o medias: la mayoría de los diarios recibieron una puntuación baja, y algunos de ellos ni siquiera puntuaron por carecer de cualquier información relativa a la hemeroteca. Pero hoy en día ningún sitio web ofrece al usuario ningún texto informativo sobre sus servicios de consulta (“información amplia o al menos suficiente para que éste sepa con claridad qué contenidos tiene, y cuáles son las características del sistema de consulta existente”, tal y como se señala en la definición de este indicador en la guía de Guallar).

Solamente dos periódicos ofrecen brevísimos textos informativos sobre alguna(s) de las colecciones que ofrecen en abierto: El País, un pequeño texto aclaratorio sobre un cambio en su sistema de trabajo y la consiguiente división en dos partes de su colección en formato html (ilustración 4); y El Periódico, un breve texto que indica que se puede acceder al archivo completo en formato PDF. Más que textos orientativos, son notas breves y básicas sobre las colecciones y el alcance temporal de las mismas.

Es cierto que las plataformas de pago con las que cuentan los diarios que tienen también edición impresa, como Kiosco y Más (Abc, As, El País, El Periódico y La Vanguardia) y Orbyt (El Mundo y Marca), ofrecen alguna información, pero escasa y genérica, sobre el acceso a la hemeroteca de los diarios a través de una página de Preguntas Frecuentes. Los diarios que tienen su propia pasarela publicitaria hacia estas plataformas se limitan a consignar en ellas que la suscripción incluye el acceso a la hemeroteca del diario. El diario 20 Minutos, gratuito tanto en su versión digital como en la impresa, es el único diario no exclusivamente digital ajeno a estas plataformas. Sin embargo, tampoco ofrece ninguna información relativa a su hemeroteca online.

EL PAÍS ARCHIVO EDICIÓN IMPRESA

PORTADAS A LA CARTA Regala algo diferente, regala una portada

EL PAÍS KIOSKO MAS

ACCESO A SUSCRIPTORES Accede a EL PAÍS y todos sus suplementos en formato PDF enriquecido

En este archivo se pueden encontrar los contenidos publicados en la edición impresa de EL PAÍS desde su primer número del 4 de mayo de 1976 hasta el 7 de febrero de 2012. A partir de esta fecha, la redacción de EL PAÍS ha cambiado su sistema de trabajo y publica sus informaciones y artículos de manera indistinta en la edición digital e impresa, por lo que podrá encontrar todo nuestro contenido en la **Hemeroteca de EL PAÍS**.

La consulta de la versión impresa de EL PAÍS, o sus suplementos, se puede hacer desde **Kiosko y Más**.

HEMEROTECA

Utiliza el calendario o los desplegados para seleccionar el día al que quieras acceder

Febrero 2012

L	M	X	J	V	S	D
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26						

Elige año, Elige mes, Elige día

EL PAÍS CONTIGO CADA MAÑANA

Reciba el periódico en su casa

ATENCIÓN AL CLIENTE

Teléfono: 902 20 21 41
Nuestro horario de atención al cliente es de 9 a 14 los días laborables
Formulario de contacto

HEMEROTECA Consulta la hemeroteca de El País

ARCHIVOS DE PORTADAS

- EL PAÍS
- EL PAÍS Semanal
- El Viajero

LO MÁS VISTO EN... Top 50

EL PAÍS, Twitter, Verne, Vídeos

España, América, Brasil, Cataluña

Ilustración 4. Página de la sección de Hemeroteca de El País.

3.2.4. Productos documentales

Este es uno de los indicadores que mejor refleja las diferencias entre los tiempos de los estudios precedentes y los tiempos actuales. Puede decirse que los productos o servicios informativo-documentales presentes en la sección de hemeroteca o relacionados con las hemerotecas han dejado de existir, o bien se encuentran -en el mejor de los casos- desactualizados o abandonados.

Lo que parecía una tendencia prometedora (de aparición reciente en los tiempos de los estudios anteriores) constituyó, en realidad, una tendencia pasajera. Las secciones o los apartados dedicados a servicios y productos informativos documentales, independientes de las noticias o informaciones diarias, que complementaban los sistemas de búsqueda o acceso a la información de las hemerotecas han sido prácticamente eliminados.

El caso de La Vanguardia, que destacaba entonces como el diario que presentaba una mayor variedad de productos documentales, es el único que mantiene algunos de ellos dentro de la sección Hemeroteca ('Tal día como hoy', o una sección de noticias más leídas de la sección), junto a otros nuevos ('Firmas célebres' o 'Hace (X) años'). Es también el único diario que firma noticias con el genérico 'Documentación' (sin hipervínculo) y que elabora informaciones firmadas (siempre por la misma autora) específicamente para esta sección. No obstante, si se buscan todos los artículos de dicha autora, se verá que no llegan a la veintena (el primero está fechado el 19 de abril de 2018). Esta sección da la impresión de tener un aspecto considerablemente menos cuidado y actualizado que otras del mismo sitio web. Y no es la única.

Algo similar, y de manera más flagrante, le ocurre a Abc, otro de los diarios que obtuvieron la máxima puntuación en este indicador. En su caso, la sección de Hemeroteca sigue manteniendo algunos productos documentales (algunos reportajes históricos, 'Un día como hoy', 'Un día en tu vida', 'Columnistas') pero se presentan aún más desfasados que los de La Vanguardia. La información más destacada es un

reportaje del 23-F⁷. La sección 'Un día como hoy' requiere flash (una tecnología en declive) para visualizarse, mientras que otras funcionalidades de la sección ('Mi dossier', para visualizar y agregar páginas a un 'dossier' que no se sabe qué es ni para qué sirve) no están operativas o contienen enlaces rotos. El diseño de esta sección, por si fuera poco, no ha sido actualizado a la versión más moderna del sitio web (ilustración 5).



Ilustración 5. Imagen de la sección Hemeroteca de Abc.

El País, el otro diario que recibió también la máxima puntuación en este indicador, ha eliminado por completo todos sus productos documentales y no queda rastro de ellos.

En cuanto a El Mundo, el estudio de 2012 cita los productos documentales de El Mundo en Orbyt, por los que recibió una puntuación media. En la página promocional de esta plataforma de pago no figura ninguna información relativa a productos documentales relacionados con la hemeroteca, más allá de que el acceso a la misma está incluido en las modalidades de suscripción. No nos consta, por tanto, que las secciones que se anotaron en los estudios anteriores permanezcan en la actualidad o hayan sido sustituidas por otras nuevas⁸.

Por último, el diario 20 Minutos, que recibió alguna puntuación (aunque baja) por su sección 'Minuteca' (un listado de temas etiquetados por palabras clave), mantiene operativa esta sección pero no aparece enlazada ni en su sección 'Archivo' ni en la 'home' u otras páginas del sitio web. Es un indicio más de lo poco que les importa ya esta sección a los responsables de los diarios.

⁷ Las consultas fueron realizadas por última vez el 24 de junio de 2018.

⁸ En este trabajo, como se ha dicho, nos centramos en los servicios de acceso abierto y gratuito.

Tabla 5. *Productos documentales.*

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
A5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0,1

Se puede decir, por tanto, que ningún diario obtiene una puntuación media o alta en este indicador, en el que solo puntuarían -por lo bajo- La Vanguardia y Abc (tabla 5).

3.3. Contenidos

En este grupo se incluyen tres indicadores: B1. Colecciones disponibles; B2. Formatos disponibles; y B3. Cobertura temporal.

3.3.1. Colecciones disponibles

Como hemos dicho, los diarios que tienen una sección de hemeroteca o archivo mantienen estos apartados diferenciados del buscador de contenidos. Sin embargo, no siempre resulta claro cuáles son las colecciones a las que da acceso uno y otro servicio. Además, la casuística es muy amplia. Muchos de los nueve diarios que cuentan con una edición impresa además de digital (Abc, As, El Mundo, El País, El Periódico, La Razón, La Vanguardia, Marca y 20 Minutos) suelen tener accesos diferentes para su colección digital (en formato html) y para la colección digitalizada de su edición impresa (bien sea en formato html, bien en pdf o bien en ambos formatos). En cambio, los diarios exclusivamente digitales disponen de una sola colección (digital en formato html), accesible a través de dos accesos principales: el buscador y la sección de hemeroteca.

Eso sí, todos los diarios sin excepción comparten un mismo acceso -aunque no el único- para la consulta de su colección digital en formato html: el buscador de la página principal. El buscador y su página de resultados no informan, por lo general, de la naturaleza y la cobertura temporal de la colección sobre la que se efectúa la consulta.

El caso de El País es excepcional, porque su colección digital en formato html incluye la colección digitalizada de su edición impresa. Por otra parte, todos los diarios que tienen una edición impresa, incluido El País, disponen de una colección digitalizada de dicha edición en formato pdf, que puede ofrecerse en abierto (Abc, El Periódico, La Vanguardia y 20 Minutos) o bajo suscripción de pago a través de las plataformas Kiosco y Más (Abc, As, El País, El Periódico, La Razón, La Vanguardia) y Orbyt (El Mundo, Marca). En función de estas modalidades de acceso, los puntos de acceso coinciden con la sección Hemeroteca (cuando el acceso es gratuito) o adoptan la forma de reclamos en diferentes espacios del sitio web (cuando el acceso es de pago). Hay que sobreentender que la cobertura temporal de las colecciones es total (a veces se remarca con una nota, como hace El País), a menos que se indique lo contrario (por ejemplo, Abc informa de que las consultas en abierto a su colección digitalizada en formato pdf excluyen los últimos 15 días), si bien en el caso de Marca

no se informa de manera explícita de que su colección solo está disponible desde el 21 de enero de 2009.



Ilustración 6. Algunos de los diferentes buscadores de El Mundo.

Es decir, si nos centramos en este indicador, la confusión principal puede producirse por la variedad de accesos a las colecciones de aquellos medios que tienen más de una (ilustración 6), que son los medios que cuentan con una edición impresa, y por la ausencia de información clara relativa a la naturaleza y la cobertura de cada colección, pero esta indeterminación también afecta a los diarios exclusivamente digitales. Todos los diarios reciben una puntuación baja (tabla 6), mientras que en el estudio de 2012 la mayoría de los medios obtuvieron puntuaciones medias o altas. Las diferentes modalidades de consulta varían mucho de un medio a otro ('browsing'

por días, filtros de búsqueda, búsquedas avanzadas, etc.) y esa falta de patrones comunes puede contribuir a desorientar al usuario.

Tabla 6. Colecciones disponibles.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
B1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

3.3.2. Formatos disponibles

Este indicador es uno de los más desfasados. Si bien los contenidos multimedia han seguido ganando presencia -ha continuado la tendencia que se constató en los estudios anteriores en la prensa digital española-, lo cierto es que son excepción los diarios que, hoy en día, continúan indexando galerías genéricas de fotos, vídeos o audios independientes. Efectivamente, hace unos años era habitual que los diarios mantuvieran archivos específicos de fotos y vídeos, y ofrecían la posibilidad de restringir las consultas a estos ítems multimedia. Y, aunque los diarios siguen apostando por los contenidos multimedia y a veces disponen de secciones específicas para publicar las más recientes, todos incluyen hoy contenidos multimedia (fotos, vídeos, gráficos, audios...) en sus informaciones de texto, y son estas las que se indexan con mayor cuidado, normalmente incluyendo palabras clave que ayudan a identificar sus distintos elementos.

Tabla 7. Formatos disponibles.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
B2	3	0	0	0	0	3	0	1	0	0	1	3	0	0	1	0,8

Aunque algunos medios siguen ofreciendo la posibilidad de filtrar los resultados de las consultas por tipo (por ejemplo, noticias con vídeos o sin vídeos, en el caso de El Periódico) o directamente por formato de vídeo, foto, etc., como Abc, El Mundo y Marca (ilustración 7), la gran mayoría de los medios no cuentan con fondos específicos en función de los formatos.

Los resultados que, por tanto, depara este indicador en función de los fondos específicos (fotografías, audio, vídeo y gráficos animados) que pueden consultarse de manera independiente de las informaciones de texto a las que están vinculadas son muy pobres (tabla 7). La estrategia y las dinámicas actuales de los diarios digitales ya no pasan por publicar fotos o vídeos desvinculados de informaciones de texto.



Ilustración 7. El buscador de Marca, con opción de filtrar las búsquedas por formato.

3.3.3. Cobertura temporal

Como vimos en el apartado Colecciones Disponibles, no siempre resulta fácil averiguar la cobertura temporal que abarcan las diferentes colecciones de los diarios digitales. Cuando se permite la consulta de las ediciones a través de la navegación por días ('browsing'), o cuando las búsquedas avanzadas permiten la acotación temporal, la información puede quedar meridianamente clara para el usuario que hace uso de esta modalidad de búsqueda si se visualizan los calendarios disponibles. Ya constatamos que, en el caso de Marca, solo pueden consultarse informaciones posteriores al 21 de enero de 2009 (ilustración 8) y que, en Abc, sus búsquedas en abierto excluyen las informaciones de los últimos 15 días.



Ilustración 8. La sección de Hemeroteca de Marca.

A veces, los diarios sí indican que se puede acceder a una colección completa. Sin embargo, para las consultas desde el buscador de la página principal, pocas veces se ofrece algún tipo de orientación relativa a la cobertura temporal de los contenidos, aunque se sobreentiende que la colección está completa. La inmensa mayoría de los diarios consiguen resultados satisfactorios en este indicador (tabla 8), a semejanza de lo que revelaron los estudios anteriores

Tabla 8. Cobertura temporal.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
B3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2,9

3.4. Sistema de consulta

Este es el grupo de indicadores más numeroso, con un total de 12: C.1. Tipos de consulta por interrogación (palabras clave); C.2. Lenguaje de consulta; C.3. Visualización de los índices; C.4. Ajuste de relevancia; C.5. Acotación temporal; C.6. Acotación en colecciones; C.7. Acotación en formatos; C.8. Acotación por campos del registro; C.9. Reutilización de búsquedas; C.10. Consulta de tesauros u otros vocabularios controlados; C.11. Acceso por navegación cronológica ('browsing'); y C.12. Ayudas.

3.4.1. Tipos de consulta por interrogación (palabras clave)

Aunque en muchos de los sitios web analizados solo se permite la búsqueda simple por palabra clave y, a lo sumo, la posibilidad de ordenar los resultados, la variedad de sistemas de consulta dentro de un mismo diario (en función de la colección sobre la que se haga y del acceso desde el que se efectúe) o en comparación con los de otros periódicos es en muchos casos llamativa.

Cuando se lanza una consulta -necesariamente una búsqueda simple- desde el buscador de la página principal de cualquier diario, la página de resultados, en la que los registros aparecen divididos en páginas y ordenados por relevancia, suele ofrecer algunas posibilidades de ordenación, acotación y filtrado de los registros. Pero no ocurre en todos los sitios web analizados. A veces, las posibilidades se reducen a la ordenación de los registros por un solo criterio diferente al inicial, que suele ser el de la fecha.

Por lo general, las búsquedas avanzadas (aquellas que tienen varios criterios de ordenación, acotación y filtrado de los registros) se ofrecen para las colecciones más extensas y, en particular, para las colecciones en formato pdf desde la sección de Hemeroteca de los diarios que tienen una edición impresa. Pero hay excepciones.

Tabla 9. *Tipos de consulta por interrogación (palabras clave).*

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1,3

A partir de una búsqueda simple realizada desde el buscador de la página de inicio, hay tres diarios que ni ofrecen posibilidades de ordenación de los registros ni de acotación o filtrado de los mismos: As, El Diario (ilustración 9) y El Español; otros tres que solo permiten ordenar los registros por uno o dos criterios: El País, La Vanguardia, Ok Diario; otros seis que, brindando o no la posibilidad de ordenar los registros, ofrecen solo uno o dos criterios de acotación o filtrado de registros: El Confidencial (acotación por secciones), El Periódico (acotación por formatos), Europa Press (acotación por fecha y por idiomas), La Razón (acotación por fecha), Público (acotación por secciones y por fecha), 20 Minutos (acotación por formato); y, finalmente, solo tres que ofrecen más de dos criterios de acotación o filtrado de registros, es decir, los que permiten efectuar una búsqueda avanzada: Abc, El Mundo y Marca (las opciones de este último se parecen a las de una búsqueda profesional, ya que permiten una enorme cantidad de criterios de acotación y filtrado de resultados). Como se ve, solo 3 diarios (la quinta parte de los que analizamos aquí) permiten hacer búsquedas de cierta complejidad a partir del buscador del menú principal.



Ilustración 9. *El buscador de El Diario, sin opciones de filtrado u ordenación de los resultados.*

Algunos de los diarios que cuentan con una sección de hemeroteca y disponen de un buscador específico de acceso libre dentro de ella (con prestaciones diferentes a las del buscador de la página de inicio y para colecciones diferentes) ofrecen la posibilidad de realizar búsquedas simples (El Periódico y Público, que solo permiten acotar por fecha), mientras que algunos otros ofrecen búsquedas más complejas o

avanzadas, es decir, con más de dos criterios de acotación o filtrado de registros (Abc y La Vanguardia). Así, se reduce a 4 (menos de la tercera parte) el número de diarios que ofrecen búsquedas avanzadas a partir del buscador específico de la sección de hemeroteca (tabla 9).

Los datos son prácticamente inversos a los resultados de los estudios anteriores, cuando se constató que solo eran 4 los diarios que no contaban con una búsqueda avanzada.

3.4.2. Lenguaje de consulta

Los diarios no ofrecen actualmente a los usuarios, por lo general, la posibilidad de utilizar los lenguajes profesionales de consulta o, al menos, no les informan de dicha posibilidad. Solo los diarios que permiten hacer búsquedas avanzadas en alguno de sus sistemas de consulta ponen a disposición de los usuarios las opciones más habituales asociadas a este tipo de consultas (operadores booleanos y frase literal): Abc (ver ilustración 10), El Mundo y Marca⁹. La Vanguardia solo ofrece la posibilidad de excluir palabras de la consulta.

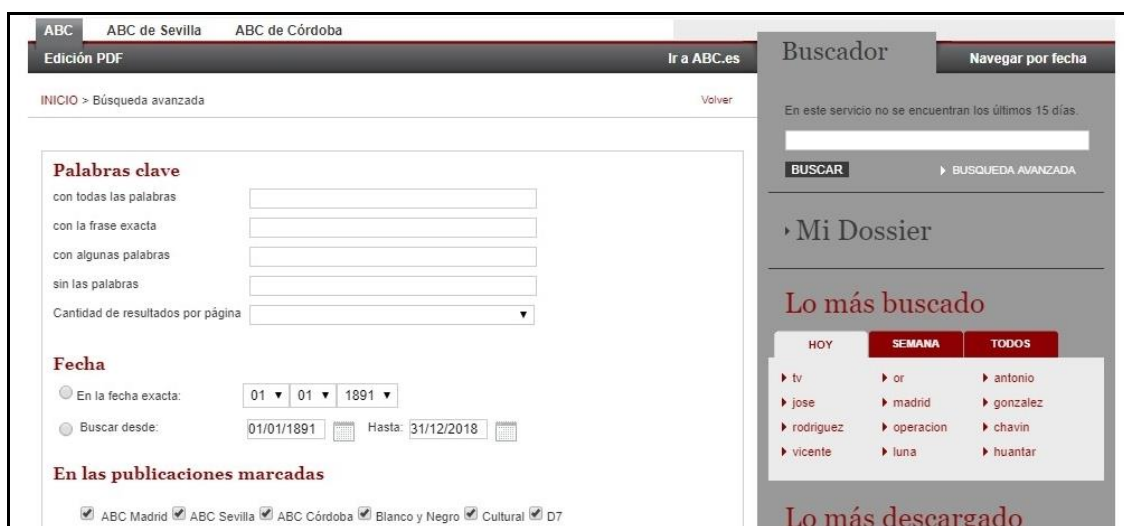


Ilustración 10. Opciones avanzadas para la consulta en la hemeroteca de Abc.

Nuevamente, el panorama es muy diferente del que se contempló en los estudios anteriores: los operadores booleanos, que antes aparecían como opciones junto a las cajas de búsqueda de la mayoría de los sitios web, ahora han desaparecido casi por completo (ver tabla 10). Si antes se alertaba sobre la estrategia “frustrante” de poner las cosas fáciles al usuario generalista y no especializado (mayoritario)” a cambio de “dificultar las búsquedas más selectivas al usuario profesional (minoritario)”, hoy se puede decir que este escenario sin apenas lugar para búsquedas más precisas está plenamente consolidado.

⁹ Este último diario es el único que informa explícitamente de la posibilidad de usar paréntesis y operadores como “near”.

Tabla 10. Lenguaje de consulta.

INDICADOR	ABC	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1,3

3.4.3. Visualización de los índices

Algo similar, aunque con menos incidencia, pasa con la visualización de índices. Si antes los sitios web ofrecían de forma generalizada -en la página de resultados de una búsqueda simple- la posibilidad de visualizar índices, en la actualidad seis de ellos no dan esta opción al usuario desde las páginas de resultados (tabla 11).

Tabla 11. Visualización de los índices.

INDICADOR	ABC	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C3	2	1	1	0	0	2	0	1	1	1	1	3	0	1	1	1

Abc (temas, formatos y publicaciones), El Mundo (formatos, secciones y suplementos) y Marca (formatos, años, personajes e instituciones) son los únicos que permiten visualizar más de un índice (ilustración 11); El Confidencial (secciones), El Periódico (formatos), Europa Press (idiomas), La Vanguardia (suplemento), Público (secciones) y 20 Minutos (formatos) solo permiten visualizar un índice; y los seis diarios restantes (As, El Diario, El Español, El País, Okdiario y Público) no permiten visualizar ninguno.



Ilustración 11. El diario Marca permite visualizar más de un índice.

3.4.4. Ajuste de relevancia

Actualmente, una gran mayoría de los diarios analizados presentan sus resultados en función del criterio porcentual de relevancia o coincidencia. Después, el usuario tiene la posibilidad de ordenar los resultados por fecha (otras veces es a la inversa) y, en ocasiones, puede recurrir a una combinación de los dos criterios.

Tabla 12. Ajuste de relevancia.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C4	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0,4

Sin embargo, el ajuste de la relevancia sigue siendo un parámetro prácticamente inutilizado a la hora de efectuar una búsqueda en la mayoría de los sitios web de los diarios españoles. La opción permanece intacta en los dos diarios en los que ya existía, El Mundo (ilustración 12) y Marca, pero no aparece en ningún otro (tabla 12).

The image shows a search interface with the following elements:

- Resultados por página:** A dropdown menu set to '10'.
- Relevancia mínima:** A dropdown menu set to '60%'.
- Ordenar por:** A dropdown menu set to 'Relevancia + Fecha'.
- Buscar:** A blue button labeled 'BUSCAR'.

Ilustración 12. El buscador de El Mundo, con opción de ajustar la relevancia.

3.4.5. Acotación temporal

La acotación temporal es uno de los indicadores más variables de un sistema de consulta a otro (no debe confundirse con el acceso por navegación cronológica, que constituye el indicador C11). Pero, si bien en los estudios anteriores la gran mayoría de los diarios disponían de algún tipo de acotación temporal en las búsquedas, actualmente casi la mitad no disponen de esta prestación para ninguna de sus colecciones, ni desde el buscador ni desde la sección de hemeroteca (tabla 13). En este grupo se encuentran As, El Diario, El Confidencial, El Español (ilustración 13), El País, Ok Diario y 20 Minutos.

Tabla 13. Acotación temporal.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C5	3	0	0	0	0	2	0	2	2	2	2	2	0	2	0	1,1

Desde la página de resultados del buscador, se puede acotar el intervalo temporal de consulta en Abc (con opciones de acotación abiertas y cerradas), El Mundo (solo cerradas), Europa Press (solo abiertas), La Razón (solo abiertas), Marca (solo cerradas) y Público (solo cerradas). Por otra parte, desde la página de la sección de hemeroteca también se encuentra esta prestación en Abc (opciones abiertas y cerradas), El Periódico (opciones abiertas) y La Vanguardia (opciones abiertas).



Ilustración 13. El buscador de El Español no permite acotar temporalmente las búsquedas.

3.4.6. Acotación en colecciones

Como se ha visto al analizar el indicador C3, las búsquedas permiten a veces la visualización de diferentes índices para poder acotar o filtrar la consulta a un índice o varios, cada uno de los cuales representa lo que Guallar denomina una colección¹⁰. Estas colecciones son de una tipología variada: las búsquedas se pueden acotar en los diarios seleccionados por formatos (opción presente en 5 diarios), secciones (3 diarios), suplementos (2), años (1), idiomas (1) instituciones (1) personajes (1) y temas (1).

Tabla 14. Acotación en colecciones.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C6	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1,4

Solo Abc (temas, formatos y publicaciones), El Mundo (formatos, secciones y suplementos) y Marca (formatos, años, personajes e instituciones) permiten acotar la búsqueda en un mínimo de 3 colecciones y son los únicos que obtienen una nota alta en este indicador (ilustración 14). Los 12 diarios restantes se quedan con una valoración baja (tabla 14).

¹⁰ Para evitar posibles confusiones, se propone desde aquí una nueva denominación para este indicador, que podría ser “Acotación en parte de la colección”, ya que el término colección se relaciona con una categoría clasificatoria superior (digital o impresa, en html o en pdf, etc.).

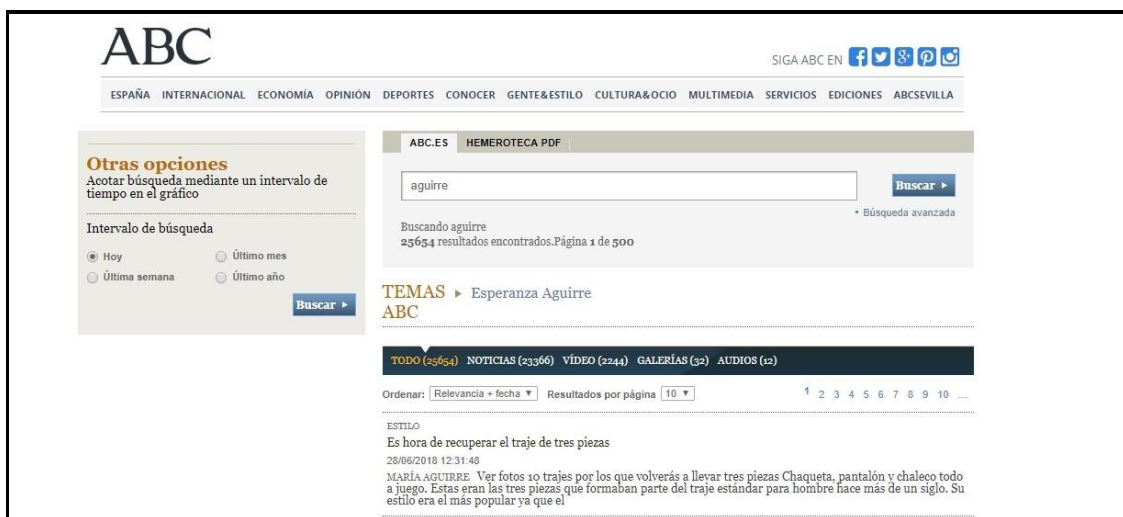


Ilustración 14. El buscador de Abc permite acotar la búsqueda en varias colecciones.

3.4.7. Acotación en formatos

En relación con la consulta de documentos no textuales, ya se mencionó en el apartado 'Formatos disponibles' la tendencia actual generalizada de los diarios a no indexarlos de manera independiente, contrariamente a lo que ocurría hace años, cuando los sitios web de los diarios estaban menos desarrollados.

Tabla 15. Acotación en formatos.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C7	2	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	2	0	0	1	0,5

Aun así, un tercio de los diarios analizados -todos ellos, periódicos que cuentan con una versión impresa- todavía ofrece la posibilidad de acotar sus consultas en función del formato periodístico de los documentos (tabla 15). Son Abc (noticias, vídeos, galerías y audios), El Mundo (noticias, blogs, fotos y vídeos), Marca (noticias, fotos, blogs, vídeos), El Periódico (noticias y noticias con vídeos) y 20 Minutos (vídeos, blogs, listas), como refleja la ilustración 15. Ninguno permite ya la búsqueda independiente de gráficos, y solo uno de ellos permite la búsqueda específica de audios. Tres diarios, por tanto, obtienen una puntuación media en este indicador (Abc, El Mundo y Marca), otros dos una puntuación baja (El Periódico y 20 Minutos) y los otros 10, cero puntos.

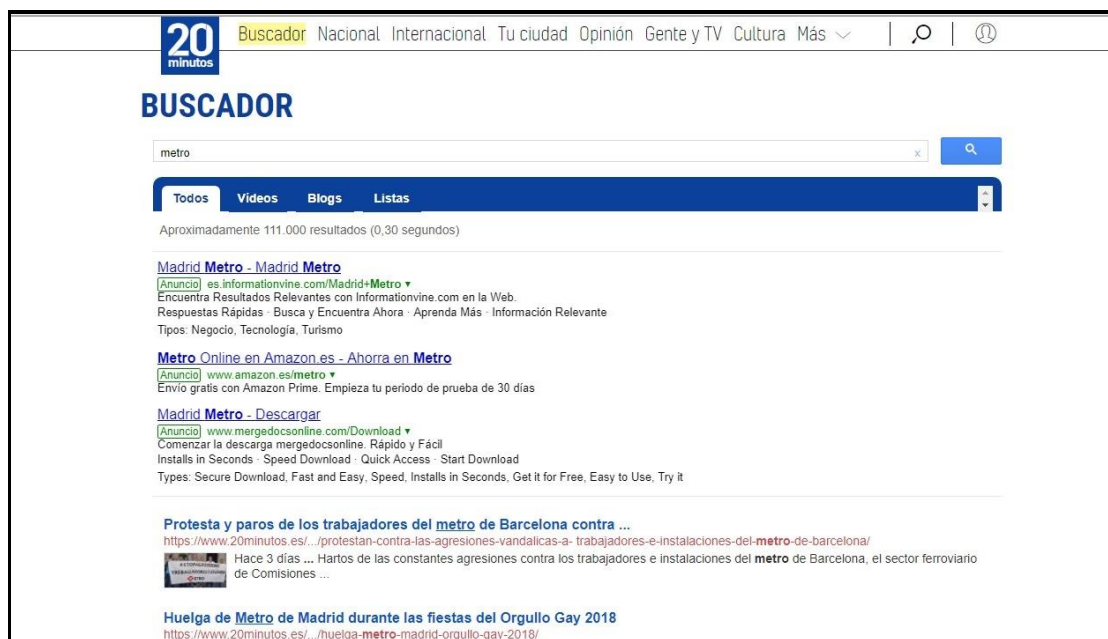


Ilustración 15. El buscador de 20 Minutos permite acotar las consultas por formato.

3.4.8. Acotación por campos del registro

En este indicador, que evalúa las posibilidades de acotar por campos del registro (título, autor, subtítulo, etc.), ninguno de los diarios consigue puntuar en la actualidad (tabla 16). Hay que recordar que, según los estudios anteriores, más de un tercio de los diarios puntuaron (dos con nota alta, dos con nota media y uno con nota baja).

Tabla 16. Acotación por campos del registro.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3.4.9. Reutilización de las búsquedas

Ningún diario, como ya pasaba en estudios anteriores, consigue en este indicador la puntuación más alta, que se relacionaría con un servicio de historial de búsquedas similar al de las bases de datos científicas (tabla 17). Pero sí ofrecen muchos de ellos la posibilidad de reutilizar una búsqueda, más allá de que el término de búsqueda aparezca en la caja de búsqueda de la página de resultados (y de la función autocompletar de los navegadores): Abc permite la acotación por temas, fecha y formato; El Confidencial, por secciones; El Periódico, por formatos; El Mundo, por secciones, formatos, fecha y suplementos; Europa Press, por fecha y por idiomas;

La Razón, por fecha; Marca, por formato, sección, año, personaje e institución; Público, por secciones y por fecha; y 20 Minutos, por formato). Estos nueve diarios, casi dos tercios del total, obtienen una puntuación media, mientras que en los estudios anteriores no llegaban a un tercio.

Tabla 17. Reutilización de las búsquedas.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C9	2	0	2	0	0	2	0	2	2	2	0	2	0	2	2	1,2

3.4.10. Consulta de tesauros u otros vocabularios controlados

Los dos únicos diarios en los que se utiliza algún tipo de lenguajes controlados son As y 20 Minutos, que presentan unos listados de descriptores temáticos y onomásticos y son los únicos diarios que puntuarían, con nota baja, en este indicador (tabla 18). El diario As ofrece en la página de resultados de las búsquedas un listado alfabético de descriptores llamado 'Índice de temas y autores', mientras que 20 Minutos mantiene online -pero ya sin enlazarla desde la página principal ni desde la página de resultados de su buscador- el listado temático que ya se consideró en los estudios anteriores, llamado 'Minuteca'.

Tabla 18. Consulta de tesauros u otros vocabularios controlados.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,1

3.4.11. Acceso por navegación cronológica ('browsing')

La navegación cronológica ('browsing') es un servicio presente en la mayoría de los diarios seleccionados. Curiosamente, en muchos casos el enlace 'Hemeroteca' de la página principal conduce a una página en la que solo se ofrece este servicio. Es decir, hay diarios -más de la mitad, concretamente- que identifican su sección de

hemeroteca con el sistema de navegación cronológica. Son: As (aunque este diario no cuenta con enlace en la página principal), El Confidencial (ilustración 16), El Español, El Mundo, El País, Europa Press, Marca y Público.



Ilustración 16. *El Confidencial despliega en portada el calendario de búsqueda.*

Otros tres diarios integran este servicio junto a otros servicios de consulta: Abc lo incluye en la página de búsqueda avanzada del buscador y en la página principal de su sección de hemeroteca, bajo el reclamo 'Un día en tu vida'; El Periódico lo incluye en la página principal de su sección de hemeroteca bajo el epígrafe 'Hemeroteca histórica'; y La Vanguardia lo incluye en la página de resultados de su sección de hemeroteca bajo el reclamo 'Explore fechas especiales en su vida'.

Otros dos diarios vinculan el acceso por navegación cronológica a sus colecciones a través de otras secciones enlazadas desde la página principal, como 'Edición Impresa' o 'Archivo'. Es el caso de La Vanguardia, que únicamente ofrece este servicio sobre su colección digital para suscriptores ('Edición Impresa'); y 20 Minutos, que ofrece dos servicios, uno para su colección digital ('Archivo') y otro para su colección impresa ('Edición Impresa'). Los tres diarios restantes (El Diario, Ok Diario y La Razón) no cuentan con este servicio.

Tabla 19. *Acceso por navegación cronológica.*

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C11	3	3	3	0	3	3	3	2	3	0	3	2	0	3	3	2,3

La cobertura de la mayoría de los medios es total en relación con la historia de cada medio, excepto en El Periódico (desde el 26 de octubre de 1978) y en Marca (desde el 21 de enero de 2009).

En cuanto al tipo de consulta que se puede efectuar a través de estos servicios al seleccionar un día concreto, observamos tres modalidades: los diarios que ofrecen un listado de registros digitales (en formato html): Abc, El Español, Europa Press, La Vanguardia (servicio para suscriptores), Público y 20 Minutos; los que ofrecen un listado de registros digitalizados (en formato pdf): Abc, El Periódico, La Vanguardia y 20 Minutos; y los que permiten navegar por la edición digital de aquel día en todas o en algunas de sus diferentes ediciones (mañana, tarde, noche): El Confidencial, El Mundo, El País y Marca.

En este indicador, la gran mayoría de los diarios obtiene una puntuación alta (tabla 19).

3.4.12. Ayudas

La inmensa mayoría de los diarios no cuentan con textos explicativos sobre la utilización de sus diferentes sistemas de consulta o de alguno de ellos.

Solo disponen de ayuda tres diarios: El Mundo (en la página de resultados del buscador), Europa Press (en la página de resultados del buscador, como se aprecia en la ilustración 17) y Marca (en la página de búsqueda avanzada del buscador). Se trata de breves informaciones en forma de cinco o seis consejos para mejorar las búsquedas.

No disponen de este tipo de ayudas los diarios restantes: Abc, El Confidencial, eldiario.es, El Español, El País, El Periódico, La Razón, La Vanguardia, Ok Diario, Público y 20 Minutos, por lo que no puntúan en este indicador (tabla 20).

The screenshot shows the Europa Press search page. At the top, there is a search bar with the text 'iniesta' and a red 'Buscar' button. Below the search bar, there is a 'Busqueda avanzada' button and an 'Ocultar Ayuda' button. The main content area is a table with two columns: 'Texto de Búsqueda' and 'Resultado'. The table lists several search patterns and their corresponding results. To the right of the table, there is a 'LO MÁS LEÍDO' section with a list of seven news items.

Texto de Búsqueda	Resultado
palabra1 palabra2	Noticias que contengan la palabra1 y la palabra2
palabra1 palabra2	Noticias que contengan la palabra1 o la palabra2
palabra1 (palabra2 palabra3)	Noticias que contengan la palabra1 y que puedan tener: o la palabra2 o la palabra3
"palabra1 palabra2"	Noticias con la frase exacta: palabra1 palabra2
"palabra1 palabra2"~8	Noticias con menos de 8 palabras extra entre palabra 1 y palabra2, las cuales pueden aparecer en cualquier orden
"palabra1 palabra2 palabra3"/2	Noticias con al menos 2 de las 3 palabras (palabra1, palabra2 o palabra3), las cuales pueden aparecer en cualquier orden
palabra1 << palabra2 << palabra3	Noticias que contengan palabra1, palabra2 y palabra3 en cualquier lugar de la noticia, pero

LO MÁS LEÍDO »

- 1 El eclipse total de luna más largo del siglo ocurrirá el 27 de julio
- 2 Una espantosa avispa come y madura como el monstruo de Alien
- 3 El guardia civil miembro de 'La Manada' intenta obtener su pasaporte aunque tiene prohibido salir del país
- 4 Filtran fotos íntimas de la periodista mexicana Patty López de la Cerda en las redes sociales
- 5 El Hotel Las Arenas de València "se abre a todos los públicos" foodtrucks, mercado gourmet y música en directo
- 6 Correos lanza un proceso de selección de 2.295 trabajadores, la mayoría carteros
- 7 La Audiencia Nacional confirma el procesamiento de Trapero por

Ilustración 17. Europa Press ofrece algunos consejos para mejorar las búsquedas.

Tabla 20. Ayudas.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
C12	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0,3

3.5. Presentación de resultados

Este cuarto y último grupo contiene siete categorías: D.1. Gestión de las listas de resultados; D.2. Campos visualizados del registro del documento; D.3. Agrupación de resultados por categorías; D.4. Identificación de los términos de búsqueda en el documento D.5. Formatos de visualización de un mismo documento; D.6. Gestión de los documentos recuperados; y D.7. Presentación de documentos relacionados.

3.5.1. Gestión de las listas de resultados

La mayoría de los sistemas de consulta de los diarios ofrecen pocas opciones de gestión de las listas de resultados, que por defecto suelen presentarse divididas en páginas de 10 registros cada una y ordenadas por fecha o relevancia, como ya ocurría en los sitios web que se analizaron en los estudios anteriores. Actualmente, solo cuatro diarios (Abc, El Confidencial, El Mundo y Marca) permiten al usuario elegir el número de resultados por página entre unas pocas alternativas, y son ocho los que, al menos en alguno de sus sistemas de consulta, permiten seleccionar la ordenación por fecha o por relevancia (Abc, El Mundo, El País, El Periódico, Europa Press, La Vanguardia, Marca y Ok Diario), cuatro de los cuales ofrecen, además, la posibilidad de ordenar los resultados en sentido ascendente o descendente (Abc, El Periódico, Europa Press, La Vanguardia).

Tabla 21. Gestión de las listas de resultados.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
D1	3	0	2	0	0	3	2	2	2	0	2	3	2	0	0	1,4

De los siete diarios que no permiten elegir un criterio de ordenación diferente del que aparece por defecto (As, El Confidencial, El Diario, El Español, La Razón, Público y 20 Minutos), solo dos indican expresamente cuál es ese criterio (As, El

Confidencial) y uno ofrece la opción de indicar el sentido ascendente o descendente de las listas (El Confidencial, por fecha).

Siguiendo los parámetros de la guía de evaluación de Guallar, actualmente, cuatro diarios obtienen en este indicador una puntuación alta, otros cuatro una puntuación media y los otros siete no puntúan (tabla 21). Es otro de los indicadores que ofrece resultados inferiores al de los estudios anteriores.

3.5.2. Campos visualizados del registro del documento

Existen diferencias en el número y el tipo de campos que se visualizan en las listas de resultados de las consultas de los 15 diarios analizados. La primera gran diferencia viene determinada por el formato de los documentos de la colección en que se hace la búsqueda. Lógicamente, cuando se trata de la colección impresa digitalizada en formato pdf, los resultados no permiten visualizar campos como 'titular' o 'autor' (ya que la búsqueda no se efectúa sobre noticias sino sobre páginas completas), y cuando se trata de la colección digital en formato html no aparecen otros campos como 'nombre de la edición' o 'número de página' (que no existen en las ediciones digitales).

Tabla 22. Campos visualizados del registro del documento.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
D2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2,2

Si nos centramos en los sistemas de consulta de las colecciones digitalizadas en formato pdf, el análisis queda reducido a las hemerotecas de Abc, El Periódico y La Vanguardia, que son los únicos que cuentan con un servicio de acceso libre. Los campos que se visualizan en los registros de las páginas de resultados de estas consultas son siempre los siguientes: 'miniatura del pdf con enlace', 'fecha', 'número de página', 'nombre de la edición' y 'snippet'. Además, Abc ofrece la opción 'agregar a mi dossier'.

En cambio, si analizamos los sistemas de consulta de las colecciones digitales, las diferencias son numerosas entre los diferentes servicios de acceso libre. El único campo de registro común en las páginas de resultados de todas búsquedas es el campo 'titular con enlace', y hay dos campos que aparecen de forma generalizada: 'fecha' (excepto en La Razón) y 'miniatura de la foto con enlace' (excepto en Abc). El campo 'autor' es el siguiente en frecuencia, pero lo excluyen 5 de los 15 diarios (Europa Press, La Razón, La Vanguardia, Ok Diario y 20 Minutos). Y el siguiente más usado es 'snippet', pero 7 diarios no lo incluyen (As, El Diario, El Confidencial, El Español, El País, La Razón y Público), si bien tres de ellos lo sustituyen por el campo 'subtítulo' (As, El Confidencial y El País).

Otros campos menos frecuentes son: 'noticias relacionadas con enlace', presente en cuatro diarios (El Diario, El Mundo, El País y Marca); 'sección/antetítulo',

que aparece con enlace en tres diarios (El Diario, El Confidencial y La Razón) y sin enlace en dos (El Periódico y Público); 'comentarios con enlace', que aparece en dos diarios (As y El Español); 'URL', presente solamente en un diario (La Vanguardia); y 'enviar a redes sociales', solo en As. Por otra parte, aunque no puede considerarse un campo de registro sino una funcionalidad de la búsqueda, cuatro diarios indican el porcentaje de relevancia de cada registro (El Mundo, El País, Europa Press y Marca).

Solo 4 diarios (Abc, El Mundo, El Periódico y Marca) logran hoy una puntuación alta (tabla 22) por mostrar los cuatro campos considerados básicos ('título', 'autor', 'fecha' y 'snippet') con independencia del formato de los documentos o del sistema de consulta utilizado, mientras que 10 diarios obtienen una puntuación media por no mostrar alguno de dichos campos y solo uno (La Razón) recibe una puntuación baja por mostrar únicamente un campo coincidente con alguno de los cuatro campos básicos (ilustración 18). Hay que señalar que La Vanguardia fluctuaría entre una puntuación alta y media en función del formato de los documentos sobre el que se hiciera la consulta (alta para documentos en pdf y media para documentos en html). Los resultados globales de este indicador no son muy diferentes de los de estudios anteriores, aunque sí han variado considerablemente los detalles.



Ilustración 18. La Razón es el diario que menos campos de registro muestra.

3.5.3. Agrupación de resultados por categorías

En este apartado, casi dos tercios de los diarios (9 en total) no ofrecen ninguna opción de agrupar los resultados automáticamente por categorías -sin necesidad de efectuar una búsqueda- y no reciben puntuación (tabla 23). Sí ofrecen esta posibilidad en al menos uno de sus servicios de consulta seis diarios: Abc (formato, fecha); El Confidencial (sección), El Mundo (formato, fecha, sección, suplemento), El Periódico (formato), Marca (formato, fecha, sección, personaje, institución) y 20 Minutos (formato).

Tabla 23. Agrupación de resultados por categorías.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
D3	2	0	1	0	0	3	0	1	0	0	0	3	0	0	1	0,7

De estos seis diarios, dos reciben una puntuación alta porque ofrecen al menos cuatro filtros automáticos (El Mundo y Marca); uno obtiene una puntuación media porque ofrece solo dos filtros (Abc); y los otros tres, con un solo filtro, se quedan con una puntuación baja (El Confidencial, El Periódico (ilustración 19) y 20 Minutos). Los resultados son algo más bajos que los del estudio anterior, en el que hasta cuatro diarios -de los seis que puntuaron- consiguieron una puntuación alta.

The screenshot shows the search interface of elPeriódico. At the top, there is a search bar with the text 'puigdemont' and a magnifying glass icon. Below the search bar, the text 'Resultados para la búsqueda' is displayed. The search results are categorized into 'Noticias' (selected) and 'Noticias con vídeos'. The sorting options are 'Relevancia' (selected) and 'Fecha'. Two search results are shown:

- ¿Puigdemont o Puigdemont?** by Joan Tapia, dated 02/02/2018 - 19:30 CET. The article is categorized as 'GEOMETRÍA VARIABLE'.
- Puigdemont con Puigdemont** from a 'PROGRAMA ESPECIAL', dated 07/03/2016 - 16:33 CET.

Ilustración 19. El Periódico permite elegir entre Noticias y Noticias con vídeos.

Por otro lado, es importante señalar que en algunos casos se trata de filtros que engloban categorías muy complejas y, en otros casos, más simples, como en los casos de El Periódico (noticias / noticias con vídeo) o 20 Minutos (vídeos / blogs / listas).

3.5.4. Identificación de los términos de búsqueda en el documento

Este indicador es otro de los que presentan una enorme variación entre la realidad de antes y la de hoy en día. Solo 4 de los 15 diarios de nuestra muestra (menos de un tercio) presentan resaltados los términos de búsqueda en el documento

en al menos uno de sus servicios de consulta (tabla 24), mientras que en el estudio anterior eran 10 de 13 (más de dos tercios).

Tabla 24. Identificación de los términos de búsqueda en el documento.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
D4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	2	0	3	0,7

La Vanguardia y 20 Minutos resaltan los términos de búsqueda en el 'snippet' y en el titular de cada registro de las páginas de resultados de sus respectivos buscadores (ilustración 20), y el primero lo hace también en la URL, mientras que Abc y Ok Diario solo los resaltan en el 'snippet'.



Ilustración 20. Términos resaltados en los registros de La Vanguardia.

3.5.5. Formatos de visualización de un mismo documento

Se puede decir que la norma general actual en relación con este indicador es la inexistencia de diferentes formatos de visualización de un mismo documento¹¹. Todos los diarios ofrecen servicios diferenciados de consulta en función del formato específico (html o pdf) ligado a cada una de sus colecciones. Y casi ninguno, exceptuando los casos de El Periódico y La Vanguardia, ofrece la posibilidad expresa de visualizar el documento en otro formato diferente. Es decir, si el formato de la colección es html, los documentos se presentan por lo general en este único formato, y lo mismo ocurre si el formato es pdf. El caso de El Periódico es especial, ya que sus documentos pdf no pueden visualizarse gratuitamente en ningún formato¹² (ilustración 21) y solo se muestra una imagen previa a baja resolución de dichos documentos, si bien se ofrece a cambio una transcripción automática del texto. La Vanguardia, por su parte, permite visualizar el texto de sus documentos pdf en formato OCR (tabla 25).

Tabla 25. Formatos de visualización de un mismo documento.

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
D5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0,1

Los resultados contrastan con los del estudio anterior, en el que todos los diarios puntuaron y cinco de ellos recibieron una puntuación media o alta.

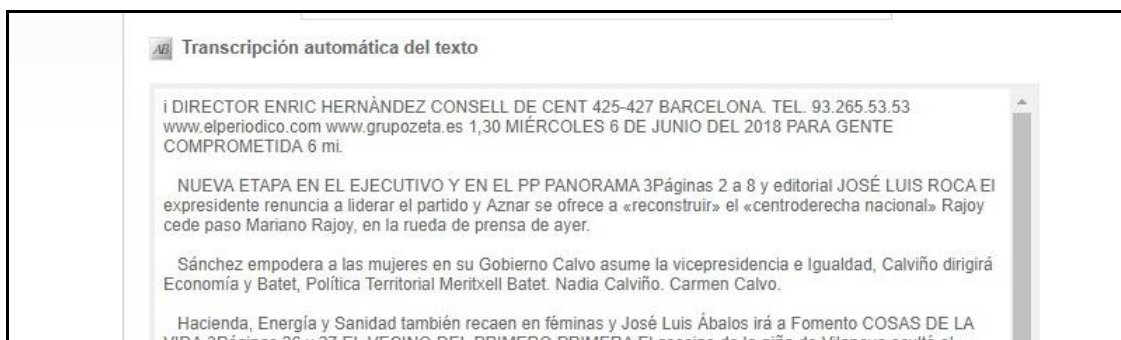


Ilustración 21. El Periódico permite visualizar el texto, pero no el PDF.

¹¹ Este indicador contempla también la existencia de versiones de un mismo documento para otros dispositivos (móviles, tablets, etc.), dicha variedad debe considerarse de forma independiente porque está ligada a las versiones y prestaciones multipantalla de los propios sistemas de consulta, que no se analizan en los estudios anteriores. Al evaluar este indicador, nos hemos centrado, por tanto, en la existencia de más de un formato de visualización de un mismo documento a partir de los sistemas de consulta estándar en la versión para ordenador de cada sitio web.

¹² Este es un servicio de pago que no aparece anunciado en la página de consulta ni en la de resultados.

3.5.6. Gestión de los documentos recuperados

Las opciones de gestión de los documentos recuperados son, actualmente, tan frecuentes como variadas (tabla 26), aunque no responden a patrones tan estandarizados como se comprobó en el estudio más reciente.

Nuevamente, habría que diferenciar entre las colecciones de documentos en formato pdf y en formato html. A partir de los sistemas de consulta de las tres cabeceras que cuentan con un servicio de acceso libre para sus colecciones digitalizadas en pdf (Abc, El Periódico y La Vanguardia), el caso especial es el de El Periódico, que solo permite visualizar una imagen previa del pdf, sin otras posibilidades. Tanto Abc como La Vanguardia ofrecen la opción de visualizar y descargar el pdf, enviar el documento por email o a redes sociales y ver los registros del día completo, y Abc, también los del día anterior y los del día siguiente. Este último diario da también la opción de guardar el documento en una carpeta del usuario ('añadir a mi dossier').

Tabla 26. Gestión de los documentos recuperados.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
D6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2,9

Respecto a las consultas realizadas sobre colecciones en formato html, las opciones de gestión de los documentos recuperados son diferentes de un medio a otro y se puede observar que han variado de forma notable en los últimos años. Aquí, las opciones más comunes son, por este orden: comentar (en todos los diarios, tal y como ya ocurría en el estudio anterior); enviar a redes sociales, de la que solo se excluye Ok Diario (en el estudio anterior, todos cumplían con ella); e imprimir y enviar por email, opciones que en el estudio anterior eran comunes a todos los diarios y que solo aparecen ya en 10 y 7 cabeceras, respectivamente. Otras opciones menos comunes son guardar en favoritos (solo en Abc y El País), ampliar o reducir el tamaño de la letra (Europa Press y Público) y votar (solo en Público). Llama la atención que esta última opción solo esté disponible en un diario, cuando en el estudio anterior lo estaba en 8 de los 13 diarios analizados entonces.



Ilustración 22. La selección de redes sociales de Abc.

En cuanto a la opción de envío a redes sociales, las más frecuentes para documentos html son Facebook y Twitter (en 14 cabeceras), seguidas de Google +

(8), LinkedIn (7), Menéame (5), Pinterest (2) y Whatsapp (1). La cifra media de redes sociales en cada diario oscila entre 2 y 4, mientras que en el estudio anterior oscilaba entre 6 y 8. Por otro lado, la única red social común a las dos cabeceras que cuentan con esta opción para documentos pdf (Abc y La Vanguardia) es Facebook. La Vanguardia incluye también Twitter y Google +. El caso de Abc es singular y resulta algo desfasado, ya que, aparte de Facebook, incluye MSN Reporter, Menéame, Delicious y Mr. Wong (ilustración 22).

3.5.7. Presentación de documentos relacionados

El concepto de documento relacionado a partir de una búsqueda, que define este indicador, es uno de los que más discusión puede plantear hoy en día, ya que las noticias relacionadas o los artículos relacionados asociados a una búsqueda carecen, muchas veces, del rigor y la exhaustividad que podrían esperarse bajo la óptica tradicional de la documentación. La práctica más generalizada consiste en la inclusión automática de diferentes -la cifra varía mucho- informaciones "relacionadas", "recomendadas" o "patrocinadas", sin que esté claro cuál es el verdadero nexo entre estas y la información consultada. ¿El nombre de la sección? ¿Palabras idénticas en el titular? ¿Coincidencias temáticas por fecha o relevancia? ¿Noticias extraídas de entre las más leídas del día? ¿Simple publicidad? Es imposible saberlo. Lo único claro es que no hay un patrón unívoco seguido por todos los diarios y que, al final, cada medio mete lo que quiere (o lo que puede) bajo el epígrafe 'También le puede interesar...' u otras invitaciones del mismo tipo.

Tabla 27. *Presentación de documentos relacionados.*

INDICADOR	Abc	AS	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	Puntuación Media
D7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Se trata de una realidad con la que los usuarios de los diarios digitales en general han tenido que aprender a convivir. Una información periodística digital es hoy mucho más que aquel conjunto de elementos que definían una noticia (titular, fotografía, pie de foto, subtítulo, texto, etc.): es todo eso, lo que parte de ella en forma de enlaces y lo que la rodea: menús permanentes, temporales, desplegados, laterales, de pie de página y un sinnúmero de reclamos informativos (del propio medio y de otras fuentes), sociales y publicitarios. Una realidad poliédrica y multifacética, sin límites definidos con exactitud. Uno de los ejemplos más representativos de ello es la modalidad de navegación, relativamente moderna, implantada en diarios como As, El Mundo y Marca, consistente en la navegación por 'scroll', con noticias que se van desplegando una detrás de otra, en lugar de la tradicional división en páginas.

Hemos valorado todos los diarios por igual, con una nota media (tabla 27), dado que todos ofrecen noticias relacionadas con el documento objeto de la búsqueda, pero en ningún caso está suficientemente claro su grado de vinculación ni

el criterio al que responde, ni si dicha selección ha sido realizada de modo profesional por parte de documentalistas o periodistas o si ha sido realizada de modo automático.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los resultados de nuestro estudio quedan reflejados en la tabla 28.

Tabla 28. Resultados globales y en comparación con los resultados de 2012.

INDICADOR	Abc	As	El Confidencial	El Diario	El Español	El Mundo	El País	El Periódico	Europa Press	La Razón	La Vanguardia	Marca	Ok Diario	Público	20 Minutos	MEDIA 2018	MEDIA 2012
A2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	2,6
A3	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0,1	1,1
A5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0,1	1,1
B1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,9
B2	3	0	0	0	0	3	0	1	0	0	1	3	0	0	1	0,8	1,9
B3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2,9	1,8
C1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1,3	1,8
C2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1,3	1,5
C3	2	1	1	0	0	2	0	1	1	1	1	3	0	1	1	1	1
C4	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0,4	0,4
C5	3	0	0	0	0	2	0	2	2	2	2	2	0	2	0	1,1	1,6
C6	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1,4	1,8
C7	2	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	2	0	0	1	0,5	1,8
C8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,8
C9	2	0	2	0	0	2	0	2	2	2	0	2	0	2	2	1,2	1,3
C10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,1	0,3
C11	3	3	3	0	3	3	3	2	3	0	3	2	0	3	3	2,3	1,8
C12	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0,3	1,2
D1	3	0	2	0	0	3	2	2	2	0	2	3	2	0	0	1,4	1,5
D2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2,2	2
D3	2	0	1	0	0	3	0	1	0	0	0	3	0	0	1	0,7	1,1
D4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	2	0	3	0,7	1,4
D5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0,1	1,5
D6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2,9	3
D7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1,8
Total	1,7	0,8	1	0,6	0,7	1,8	0,8	1,2	1	0,8	1,3	1,8	0,7	0,9	1,1	1,1	1,5

La tabla refleja la puntuación obtenida por cada diario de nuestra muestra en cada uno de los 25 indicadores puntuables de la guía de Guallar, así como la puntuación media de cada indicador (columna "MEDIA 2018"), comparada con la media de cada indicador en 2012 (columna "MEDIA 2012"). Se analizan los resultados desde el punto de vista de esta puntuación y, seguidamente, se enumeran los principales patrones observados.

4.1. Datos negativos en casi todos los indicadores

Los resultados globales de los indicadores no dejan lugar a dudas. Los servicios de consulta de los diarios españoles obtienen en 2018 una puntuación media considerablemente menor que en 2012: 1,1 frente a 1,5 puntos sobre un máximo de 3. Las cifras equivalentes al sistema de enseñanza español (0-10 puntos) serían 3,7 y 5 puntos, respectivamente: es decir, mientras que en 2012 los diarios consiguieron un aprobado (aunque raspado), en 2018 obtienen un suspenso. Solo en 4 de los 25 indicadores puntuables (B3, C11, D2 y D7) las cifras son ligeramente superiores a las de 2012; se mantienen sin cambios en otros dos indicadores (C3 y C4) y disminuyen en los 19 indicadores restantes. Las diferencias más importantes (1 punto o más de diferencia) se producen en los indicadores A2, A3, A5, B2, C7 y D5.

Por otra parte, si nos fijamos en el número de diarios que aprueban en cada intervalo temporal, en 2018 solo consiguen un aprobado [1,5 puntos o más] 3 diarios (Abc, El Mundo y Marca), la quinta parte de la muestra, mientras que en 2012 fueron 4 (Abc, El Mundo, El País y La Vanguardia), casi la tercera parte.

4.2. Notables diferencias entre los 15 diarios

Otro de los datos llamativos del análisis es la gran diferencia de puntuación existente entre unos diarios y otros (desde los 1,8 puntos de El Mundo y Marca hasta los 0,6 de El Diario). Existen algunos patrones evidentes. Por ejemplo, los tres diarios con mejor calificación son aquellos que disponen de colecciones más extensas y en varios formatos, mientras que los diarios con peor nota son exclusivamente digitales. Esto permite pensar que los diarios históricos tienen una serie de necesidades relativas a sus informaciones de archivo muy distintas de las que tienen los diarios más jóvenes, muchos de los cuales no cuentan con una edición impresa. Por la misma razón, se puede plantear la hipótesis de que tampoco son exactamente iguales las necesidades de un diario de información general que las de uno deportivo, ni equivalentes las de uno nacional a las de uno local.

4.3. Simplificación de las opciones de búsqueda

Las búsquedas que permiten hacer los diferentes sistemas de consulta se han simplificado, ofrecen pocas posibilidades de ordenación, acotación o filtrado de resultados y escasas opciones avanzadas. La tendencia a simplificar las prestaciones de búsqueda a imitación de los buscadores genéricos como Google -que ya se apuntaba en estudios anteriores- está hoy plenamente consolidada. Cuando se presentan opciones de búsqueda más complejas, aparecen de manera poco comprensible, responden a criterios dispares y a veces resultan ineficaces.

Por otra parte, ha ganado peso la información textual enriquecida con formatos multimedia, de manera que los vídeos, las fotos, los gráficos y los audios han dejado de indexarse, en general, de manera independiente, y han pasado a integrarse en las informaciones de texto, a las que se dota de las correspondientes palabras clave que permiten identificarlos.

La disparidad que se observa, por último, entre las diferentes listas de resultados a partir de las búsquedas no permite establecer un patrón claro en el modo que tienen los diarios de la muestra de presentar los registros -si bien se aprecia una tendencia a la simplificación de estas listas-, mientras que resultan ambiguos los criterios de vinculación de las informaciones relacionadas con los documentos recuperados.

4.4. Ambigüedad del término 'hemeroteca'

El término 'hemeroteca' ha dejado de ser un término unívoco. Los enlaces anclados bajo este término conducen mayoritariamente a los calendarios de 'browsing' por días concretos. Sin embargo, en varios diarios esos mismos enlaces conducen a páginas de sección cuya principal función es la consulta de las ediciones impresas digitalizadas en formato pdf. En otros casos, el enlace conduce al buscador global en formato html (en páginas que incluyen la navegación cronológica), mientras que en algún otro diario lleva a una pasarela con dos alternativas: el calendario por 'browsing' y la edición impresa en formato pdf. Finalmente, hay otros diarios que no disponen de enlaces bajo este término, ya que tampoco tienen una sección de hemeroteca.

La variedad de interpretaciones para el mismo término denota una gran indeterminación, reflejada en servicios y prestaciones muy diferentes según se trate de un diario u otro. Esta falta de univocidad también se refleja en los títulos de las secciones y en las URL. Por si fuera poco, los servicios de consulta que son de pago también se denominan 'hemeroteca'. La ausencia generalizada de información sobre la colección sobre la que se efectúa la consulta y sobre la naturaleza y la cobertura de cada servicio contribuye a reforzar esta ambigüedad.

4.5. Pérdida de relevancia de la hemeroteca

Uno de los datos más llamativos de nuestro estudio es la pérdida de relevancia de la sección de hemeroteca, cuyos enlaces han sido eliminados de los menús principales de casi todos los diarios y suelen aparecer agazapados bajo la sección de Servicios (a veces, ni siquiera listados en los menús secundarios). Solo los buscadores internos se mantienen en posiciones destacadas. Se puede decir, pues, que los diarios no consideran prioritario contar con servicios de consulta fácilmente localizables, ni siquiera cuando se trata de sistemas de pago, ya que los reclamos para dichos servicios pueden aparecer en sitios muy alejados de los menús principales, incluso al final de la página.

El desplazamiento de los enlaces textuales de la hemeroteca en favor de la simbología universal de búsqueda interna en un sitio web constituye un signo claro de la profunda transformación que ha experimentado el servicio de búsqueda documental de los diarios digitales. El símbolo de la lupa no nos invita ya a *acceder al archivo* del periódico sino a *buscar contenidos* en la web del periódico, de la misma manera que se busca dentro de un blog, una tienda online o cualquier página profesional.

El nuevo aspecto minimalista y uniforme del buscador y la sofisticada mecánica de la herramienta actual (generalmente, con la apertura automática de un cuadro de búsqueda al hacer clic en ese icono) pueden responder, en última instancia, a una evolución diseñográfica. Prácticamente desde que aparecieron las ediciones digitales de los diarios, estos contaban ya con algún tipo de buscador. Desde los cuadros de texto más rudimentarios hasta los sistemas interactivos actuales, los buscadores se han ido refinando y estilizando con el tiempo en función de la evolución del diseño de los sitios web informativos. Como ya se ha recordado, hace seis años -

cuando se publicó el estudio más reciente de los que nos sirven de referencia-, la inmensa mayoría de los diarios disponían ya de un buscador considerablemente destacado en las cabeceras y menús principales de sus sitios web.

Ahora bien, también hace seis años todos los diarios (excepto uno: As) incluían igualmente, en lugares no menos destacados, un enlace textual a la 'hemeroteca' o al 'archivo' (a veces, enlaces a las dos cosas, como dos secciones diferenciadas, por ejemplo el archivo completo y la colección en PDF), mientras que varios de ellos contenían, además de los citados, otros enlaces añadidos como 'Edición en PDF' o 'Edición impresa'. De la multipresencia de reclamos de acceso a las consultas documentales, muy destacadas entonces en las cabeceras de los sitios web, hasta la ausencia generalizada actual de estos en dichas posiciones, se ha producido posiblemente algo más que una evolución en el diseño gráfico.

¿Por qué han renunciado entonces los diarios digitales a destacar sus servicios de búsqueda de noticias -servicios que, como se ha visto, siguen manteniendo, aunque en otras condiciones- empleando los términos con los que tradicionalmente habían sido identificados? Dicho de otra forma, ¿cómo es posible que la terminología relacionada con las hemerotecas de los diarios digitales parezca haber perdido su relevancia (¿o haberse quedado obsoleta?) en solo unos pocos años, y que aparezca ahora casi siempre escondida en menús secundarios? Pinchar en esos enlaces ayuda a descubrir algunas razones.

4.6. Secciones desactualizadas y poco atractivas

Buena parte de las veces que abrimos la sección de hemeroteca de un diario hemos encontrado secciones desactualizadas, casi abandonadas (posiblemente tanto como las secciones de Documentación de los periódicos). Basta observar el aspecto poco cuidado de estas secciones para entender por qué los diarios han dejado de destacarlas con los reclamos notorios de antaño.

La pérdida de relevancia de la sección 'Hemeroteca' es proporcional al aspecto decadente que presenta este apartado en buena parte de los medios digitales. A veces, esta sección ni siquiera ha adoptado el diseño actual que luce el diario en las demás secciones. Y los escasos productos documentales disponibles en los pocos diarios que todavía los mantienen aparecen desfasados en páginas poco amigables y atractivas.

4.7. Nuevas maneras de difundir la información de archivo

Esa pérdida de relevancia de la sección de hemeroteca puede explicarse por otras razones relacionadas con la evolución del periodismo mismo (y, más concretamente, del periodismo digital) y de sus modelos de negocio; con los nuevos hábitos de los lectores de diarios (que han pasado a ser usuarios: consumidores de noticias por Internet); y, desde luego, con la proliferación de los servicios de consulta que han reemplazado, desde fuera de los diarios, a los buscadores internos (como Google). Lo cierto es que los diarios ponen más empeño en difundir su archivo a partir de las propias informaciones (hipervínculos, reclamos, listas) y a través de las categorías que configuran temas y secciones que mediante sus viejas secciones de hemeroteca. Estas prácticas encajan perfectamente en los nuevos hábitos de navegación por la información periodística desde Google y las redes sociales, convertidos en verdaderos caleidoscopios de la información.

Es bien sabido que las estrategias de posicionamiento SEO dominan la teoría y la práctica del periodismo actual, y que en las redacciones nunca se había dado tanta prioridad como ahora a las técnicas que hacen posible, desde el momento en que se redacta, la recuperación de una información en cualquier momento, desde

cualquier sitio, mediante cualquier soporte (y, también, por cualquier razón). Es imposible saber qué porcentaje de audiencia representan las informaciones de archivo en las métricas de audiencia de los diarios digitales (son datos privados que no trascienden desde los medios), pero es razonable pensar que los desorbitados índices de audiencia de los diarios, algunos con cientos de millones de páginas vistas al mes, incluyen un alto porcentaje de informaciones antiguas.

Esta revolución periodística en favor de la accesibilidad de la información tiene muchas facetas. La asimilación generalizada de las características hipertextuales y multirreferenciales del lenguaje periodístico ha terminado por consolidar un modo más o menos libre, más o menos dirigido, pero un modo explícito e inequívoco de *navegar por la hemeroteca* de un periódico. Por eso, al evaluar los servicios de búsqueda documental de un diario digital, no podemos olvidar las otras puertas por las que llegan los usuarios a las informaciones de archivo. Las secciones principales de un diario contienen no solamente informaciones de última hora, sino también informaciones de días pasados; constantemente, otras informaciones de archivo son rescatadas al ser agrupadas por categorías temáticas que se destacan en función de sus vínculos con la actualidad, o bien reaparecen en función del número de personas que las rescatan (en secciones como “Lo más leído”, por ejemplo); y todas y cada una de las informaciones se etiquetan con palabras clave que contienen hipervínculos que sirven para localizarlas en el futuro, además de contener otros enlaces (autor, enlaces multimedia, noticias relacionadas, noticias enlazadas en el texto, etc.) con los que se facilita el acceso a los contenidos antiguos. Creemos que todas estas prácticas, que por otra parte pueden ser realizadas de forma manual o de forma automática, pueden proporcionar información relevante -si se analizan con precisión- para definir nuevos parámetros de evaluación.

La consolidación de estas técnicas periodísticas constituye un factor determinante a la hora de evaluar el proceso de recuperación de informaciones de archivo de un diario digital. Por un lado, sintonizan con un modelo de negocio que, precisamente, atribuye un valor añadido (y económicamente cuantificable) al concepto de *hemeroteca completa*. En la actualidad, la mayoría de los diarios ofrecen pasarelas de pago para el acceso a la edición impresa, y este suele incluir el acceso al archivo digital completo a través de plataformas y software específicos de visualización¹³. Eso ayuda a entender que los diarios hayan optado por reducir las posibilidades de consulta abierta a un buscador básico y que las viejas secciones de “Hemeroteca” luzcan un aspecto tan desangelado. Y, por otro lado, las nuevas dinámicas profesionales de los periódicos sintonizan con la experiencia y los hábitos de navegación fragmentada de los lectores actuales de diarios digitales (ahora llamados usuarios), y satisfacen sus necesidades informativas con la sencillez, rapidez y eficacia que exigen sus expectativas. También, esto permite entender que los diarios hayan dejado de molestarse en conducir a los lectores a unos sistemas de consulta documental que siempre fueron -y continúan siendo- notablemente complicados, lentos e ineficaces y que, por si fuera poco, tienen menos calidad que hace unos años, como hemos podido comprobar en nuestro análisis.

¹³ La documentación de la edición impresa ha terminado asociada a una dimensión diferente de navegación, dadas las características especiales de aquellos contenidos y sus formatos. Eso sí, ningún diario coloca reclamos de acceso a las variedades de pago en los menús principales ni en lugares destacados del primer scroll, posiblemente porque sus estrategias de marketing disponen de emplazamientos más óptimos para anunciarlas. Por ejemplo, es razonable pensar que, situándolas al pie de página, El País se está dirigiendo a usuarios que tienen la paciencia de llegar al último scroll, es decir, a lectores que podrían tener más interés o más tiempo para leer el diario en profundidad que aquellos otros que no pasan de los primeros scrolls.

4.8. Nuevas maneras de buscar información

La decantación general por reducir las posibilidades de búsqueda a las de un sencillo buscador simplifica las consultas aleatorias, como en cualquier sitio web, y, por supuesto, se adapta mejor que otros sistemas más complejos a la multiplicidad de pantallas desde las que se accede a los diarios digitales, especialmente a las de los teléfonos móviles, que representan un altísimo porcentaje de la navegación¹⁴. Tengamos en cuenta que la búsqueda se lanza desde la 'home' sin necesidad de abrir una nueva página, y el cuadro desplegable invita a introducir cualquier cosa en él (una palabra o combinación de palabras, frases completas, etc.), a semejanza del funcionamiento de cualquier buscador online.

Solo en la página de resultados, aunque no siempre, podrá refinarse la búsqueda (permitiendo ordenarlos por relevancia o fecha, por ejemplo) y, eventualmente, se podrá acceder a búsquedas avanzadas. Todo está dispuesto para que la experiencia y la inmediatez de la consulta se asemejen a las de cualquier otro tipo de búsqueda online. Ni se da información sobre el servicio de archivo ni se proporcionan instrucciones, ni siquiera mínimas, para efectuar las consultas.

Y es que también ha cambiado, y mucho, qué se busca, cuánto se busca, para qué se busca. El perfil del usuario que navega por las informaciones antiguas de un diario ya no se corresponde necesariamente con el perfil clásico del usuario de una hemeroteca especializada o de una hemeroteca física. Por eso deben cambiar los parámetros con los que, desde la documentación, evaluamos los mecanismos y los procesos de consulta. No se trata de desdeñar el perfil tipo del investigador o del documentalista, sino de analizar en profundidad y en toda su complejidad el perfil y la experiencia del usuario que accede, de muy diversas formas y a través de muy diversos soportes, a las informaciones de hemeroteca, y comprender entonces que los servicios de consulta no pueden medirse únicamente en función del perfil modélico del usuario capacitado para efectuar búsquedas complejas.

Existen multitud de datos interesantes acerca de cómo han cambiado los hábitos de consumo de noticias a través de Internet en los últimos años. Pero creemos que basta con citar dos elocuentes informes para entender hasta qué punto las estrategias de posicionamiento en los buscadores y de difusión en las redes sociales obedecen a la consolidación de nuevos paradigmas de navegación por Internet. El primero es el estudio más reciente de uso y actitudes de consumo de contenidos digitales del ONTSI (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI), de 2017, según el cual la lectura de noticias en Internet es la tercera actividad más frecuente de los usuarios: un 66,2% declara que la práctica, mientras que el 75,05% de las personas que consumen contenidos en Internet, es decir, 3 de cada cuatro, declaran que, para encontrar algo en Internet (una película, una canción, un texto, etc.) escriben el título en la barra de búsqueda de Google (Muñoz López, 2017: 53). El segundo informe que queremos citar es el Digital News Report de 2018, que pone de relieve otros dos datos que nos parecen de especial relevancia: uno, que el 41% de los usuarios utiliza las redes sociales como vía de acceso a las noticias digitales, siendo este el itinerario más extendido entre los internautas para acceder a las noticias; y dos, que las búsquedas específicamente de noticias por palabras clave en los buscadores generalistas han subido dos puntos con respecto al año pasado y ya las realiza el 28% de los encuestados (Amoedo, Vara-Miguel y Negrodo, 2018: 71-76).

¹⁴ Cuatro de cada diez españoles (43,4%) consultan noticias y artículos a través de su móvil, más de los que lo hacen desde un ordenador o portátil (32,6%). El 14,6% eligen la tablet como dispositivo preferido y el 1,8%, la televisión (Muñoz López, 2017: 26).

4.9. El papel 'fagocitador' de Google

Pero sería erróneo deducir que los diarios digitales hacen simplemente SEO. Lo cierto es que hacen SEO fundamentalmente para Google, puesto que un porcentaje elevadísimo de las visitas que reciben proviene directamente de este buscador. La capacidad de este gigante informático de fagocitar todo el contenido de la red lo convierte en juez y parte y le permite competir incluso por apropiarse del tráfico que generan los servicios, aunque no solo de la prensa online: desde la simple búsqueda de la combinación de la bonoloto de ayer hasta la búsqueda de una palabra en el diccionario de la RAE, pasando por vuelos u otras ventas por Internet.

Google lo ha devorado todo. En España, su cuota de mercado está en el 98%. Y los diarios se adaptan a sus directrices para sobrevivir, a cambio del tráfico que este puede proporcionarles. Este es uno de esos datos que permiten comprender que los medios presten cada vez más atención a las técnicas de posicionamiento y destinen cada vez más recursos a la documentación. Al menos a la documentación como se entendía hasta ahora, porque, como estábamos insinuando, la piedra angular del proceso de trabajo en un periódico es, hoy más que nunca, la documentación: ya sea a base de los actuales etiquetados más o menos útiles y adecuando cada vez más el trabajo al algoritmo de Google, ya sea a través de flamantes y sofisticados sistemas de repositorio único donde los procesos de búsqueda de documentación por parte de los redactores se automatizan mediante mecanismos similares a los de Google (y que hasta incluyen Google como una fuente de referencia), empleando algoritmos de Big Data y de Inteligencia Artificial.

Por lo demás, es enorme la cantidad de tiempo que puede ganar un usuario al escribir palabras clave en la barra de Google en lugar de localizar la página del sitio, esperar a que cargue, localizar los sistemas de consulta y decidirse por uno (¿buscador o hemeroteca?, en caso de que existan ambos), revisar los resultados, ordenar por algún criterio, acotar la búsqueda, añadirle un filtro, probar la búsqueda avanzada... y, a veces, no dar con la noticia a pesar de todo ese esfuerzo¹⁵.

4.10. Nuevos enfoques de evaluación

Todas estas reflexiones desembocan en una misma idea: la necesidad de introducir nuevos parámetros y enfoques en el análisis de los servicios de consulta de los diarios digitales.

Los estudios anteriores terminaban enumerando una serie de "aspectos aceptables" y "aspectos mejorables", pero lo hacían siempre en función de si aquellos sistemas de consulta se acercaban en mayor o en menor medida al marco teórico

¹⁵ Cualquiera puede reconocer lo frustrante de esa experiencia. Hace poco, el autor de estas líneas quiso leer la crítica de la última película de Woody Allen en El País, cuyo título no recordaba. Hizo la prueba y buscó "crítica última película Woody Allen" en el buscador de este diario, para lo cual accedió a la web de El País, localizó el buscador dentro de ella, introdujo la frase de búsqueda, ordenó los resultados por fecha y navegó por varias páginas de resultados tratando de encontrar algo parecido a un titular de crítica: no la encontró. Podría haber corregido los términos de búsqueda, pero le pudo la impaciencia. Hizo entonces la misma búsqueda en Google (solo añadiendo "el país" al final de la frase de búsqueda), y, en 0,29 segundos, el buscador le devolvió en el primer resultado la crítica de Carlos Boyero de la película cuyo título no recordaba. Esta es solo una anécdota sin la menor validez científica. Pero resume de forma bastante gráfica el panorama ante el que nos encontramos. Necesitamos buscar prismas nuevos y enfoques distintos desde la documentación, más flexibles y abiertos, más pegados a la realidad, para poder describirla en toda su crudeza con el escepticismo que se merece, sí, pero también con la debida dosis de sentido común. (El título de la película era 'Wonder Wheel'. La crítica de Boyero, 'Pareces puro teatro', es esta: https://elpais.com/cultura/2017/12/21/actualidad/1513869052_333851.html).

tradicional de la documentación. No consideraban las siguientes cuestiones, que nos parecen fundamentales:

a) el grado de rapidez, eficacia y automatización de los procesos de búsqueda, que adquiere relevancia como consecuencia de la transformación de los hábitos de navegación (personalizada) de los usuarios, de sus necesidades y de sus expectativas, pero también de la evolución de la tecnología y la incorporación de algoritmos de Big Data y de inteligencia artificial;

b) el nivel de modernización de los sistemas de consulta, como consecuencia de la evolución del diseño y la estructura de los sitios web, la proliferación del hipertexto y la diversificación de soportes (multipantalla) desde los que se accede a dichos servicios;

c) la calidad del etiquetado y de la categorización de las informaciones, como consecuencia de la transformación del trabajo documental en los diarios, que está vinculado a las estrategias de posicionamiento SEO en los buscadores generalistas y a las técnicas de difusión a través de las redes sociales -los verdaderos canales de recuperación de la información periodística en general, incluida la información periodística de archivo- y a nuevos modelos de negocio y viabilidad de los medios de comunicación.

El análisis de aspectos como la -ya nula- diversidad de productos documentales en la sección de hemeroteca de un diario digital, o las -cada vez más escasas- posibilidades que se ofrecen para hacer búsquedas empleando operadores booleanos, utilizando tesauros o recurriendo a cualquier otro parámetro documental clásico, solo puede llevarnos a certificar la transformación de los servicios de consulta de los periódicos en favor de un modelo de negocio radicalmente distinto, centrado en la gestión de contenidos o el diseño orientado al usuario¹⁶. Lo que está por estudiarse es hasta qué punto esa revolución supone un empobrecimiento o un enriquecimiento de los procesos de consulta y recuperación de informaciones periodísticas de archivo. Por más que los tres parámetros que hemos enumerado arriba resulten escurridizos, difícilmente cuantificables y sujetos a multitud de variables, creemos que son imprescindibles para, desde el punto de vista de la documentación estrictamente, llegar a conclusiones más profundas.

En realidad, el análisis de esos tres nuevos factores plantea un cambio de enfoque teórico de la documentación, en favor de un modelo que trascienda las tradicionales fronteras normativas de nuestra disciplina, la mantenga conectada con otras ramas del saber (tales como la comunicación, la sociología o la tecnología) y tenga en cuenta los nuevos paradigmas que han incorporado estas disciplinas a partir de la revolución digital¹⁷. Las investigaciones centradas en un entorno tan dinámico y complejo como el entorno web exigen, ya no cabe duda, un enfoque interdisciplinar.

Por último, nos parece que la evaluación de los sistemas de búsqueda de los diarios digitales debe reflejar las necesidades particulares de los diferentes medios y las diferentes maneras de satisfacerlas, que pueden expresarse en función de su ámbito de difusión (nacional, local, etc.), de su temática principal (información general, deportes, etc.) o de los formatos de sus colecciones (html, pdf, etc.), pero también en función de las características de cada medio de comunicación (grandes

¹⁶ La aplicación de estos prismas al ámbito de las publicaciones digitales ha sido estudiada en diversos trabajos, como los de Tramullas (2003, 2015).

¹⁷ Las llamadas teorías de la Complejidad permiten un enfoque de estudio diferente a problemas de nuestro ámbito disciplinar. Para Bereijo Martínez (2012), la red de interdependencias que constituyen los elementos de archivos, bibliotecas y centros de documentación es clave para abordar el problema de la complejidad, especialmente en el contexto digital, fuertemente dinámico. Sin embargo, el análisis y la presencia de estas teorías en la investigación en las Ciencias de la Documentación son todavía muy escasos, como refleja un reciente estudio (Martínez Cadama y Caridad Sebastián, 2017).

grupos, medios independientes, etc.) y hasta de su perfil ideológico (conservador, progresista, etc.). Probablemente no sea tan relevante la elaboración de un ranking final de medios de comunicación como la detección de tendencias y patrones derivados de factores como los listados **más** arriba.

5. CONCLUSIONES

A raíz de este análisis, se pueden destacar tres conclusiones principales relacionadas tanto con las características actuales de los sistemas gratuitos de consulta de información de archivo en los diarios digitales españoles como con los nuevos parámetros y enfoques que pueden tenerse en cuenta a la hora de evaluar dichos servicios.

La primera conclusión es que el modelo tradicional de hemeroteca de los diarios digitales está en clara decadencia, y ha pasado a estarlo en solo unos pocos años. Al comparar los resultados de nuestro análisis con los datos del estudio realizado por Guallar en 2012, se ve con nitidez ese declive. Las pruebas más evidentes son el arrinconamiento de los enlaces a la hemeroteca en favor del reclamo del buscador interno; la escasez general de prestaciones y la falta de perfeccionamiento de los sistemas de consulta; el abandono y la desactualización de la sección de hemeroteca en muchos periódicos, a menudo en páginas que ni siquiera han incorporado los últimos cambios de diseño de los diarios; o la reducción de la sección de hemeroteca en la mayoría de los nuevos medios a la simple navegación cronológica. Todos ellos son signos de que algo no funciona. O, mejor dicho, de que funciona de manera muy distinta.

La segunda conclusión es que estas señales pueden identificarse y explicarse desde una perspectiva renovada de la documentación, más conectada con la evolución del periodismo online, con las nuevas maneras y los nuevos soportes de buscar y acceder a la información (y, en particular, a la información periodística de archivo) y muy especialmente con el papel determinante y arrasador que está ejerciendo Google en estos dos ámbitos. Atendiendo a este polifacético contexto, la defensa del marco normativo tradicional de nuestra disciplina para evaluar los sistemas de consulta documental puede constituir un camino sin salida. Un enfoque más abierto, orientado a analizar la situación en toda su complejidad permitirá, en cambio, unos resultados más realistas y menos frustrantes, precisamente en un momento en el que la documentación está adquiriendo la consideración de 'piedra angular' del trabajo periodístico (tal vez mayor de la que nunca tuvo) y de sus nuevos modelos de negocio, centrados en la recuperación de información.

La tercera conclusión, derivada de la anterior, es la oportunidad de incorporar nuevos parámetros concretos que pueden ser útiles para evaluar los sistemas de búsqueda de los diarios desde ese prisma interdisciplinar de la documentación (que la acerque a otras disciplinas como la comunicación, la informática o el diseño web), con el que pueden examinarse algunos factores poco explorados todavía como el grado de rapidez, eficacia y automatización de esos servicios, su nivel de modernización o la calidad del etiquetado y de la categorización de las informaciones periodísticas.

Confiamos en que estas reflexiones sean de utilidad para futuras investigaciones sobre el papel que juega la documentación en el campo de la prensa digital, un ámbito tan cambiante y resbaladizo como, sin duda, fértil y apasionante.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Abadal, E. (2002). Elementos para la evaluación de interfaces de consulta de bases de datos. *El Profesional de la Información*, 11 (5), 349-360.
Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2002/septiembre/3.pdf>
- Abadal, E.; Guallar, J. (2010). *Prensa digital y bibliotecas*. Gijón: Trea.
- Acosta-Valdés, M.; Ramírez-Céspedes, Z.; Marrero-Santana, L. (2011). Organización de la información en sitios web periodísticos. *El Profesional de la información*, 20 (1), 54-60. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/handle/10760/15756>
- AIMC (2018). *Estudio General de Medios* (1ª Ola 2018 Febrero Marzo). AIMC. <http://www.aimc.es>
- Albornoz, L. A. (2006). Los principales diarios on line en español: el empleo de recursos audiovisuales y multimedia, e hipervínculos. *Telos*, 66, 23-30.
Recuperado de: <http://www.campusred.net/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=66>.
- Allen, R. B.; Johnson, K. A. (2008). Preserving digital local news. *The electronic library*, 26 (3), 387-399.
- Amoedo, A; Vara-Miguel, A; Negredo, S. (2018). *Digital News Report 2018*. Universidad de Navarra.
Recuperado de: https://drive.google.com/file/d/1_MqxpPvMQM1IpvjsGm4QOKxIMC8IZ_D/view
- Armentia Vizuete, J. I. (2005). Los diarios digitales siguen buscando su propia identidad tras una década de existencia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 9-22.
<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11341629/articulos/ESMP0505110009A.PDF>
- Arquero Avilés, R.; García Ochoa Roldán, M. L. (2005). *La hemeroteca de prensa*. Gijón: Trea.
- Auer, N. J. (1999). *Evaluating Internet Information*. Recuperado de: <http://www.lib.vt.edu/research/libinst/idle/evaluating.html>
- Bereijo Martínez, A. (2012). La sobriedad de factores en las Ciencias de la Documentación. En González, W.J. (Ed.). *Las Ciencias de la Complejidad: vertiente dinámica de las Ciencias de Diseño y sobriedad de factores* (pp. 267-284). A Coruña: Netbiblio.
- Caldera-Serrano, J.; Freire-Andino, R. (2015). Análisis de las videotecas on-line de las principales televisiones en la República del Ecuador. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 128, 269-286
http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1504/128_inf04

- Camacho Arroyo, T. (2014). *Hemerotecas digitales: evaluación comparativa de las hemerotecas en prensa digital*. (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/28573>
- Camacho, I.; Agirreazaldegi, T.; Ronco, M.; Peñafiel, C. (2010). ¿Evolución o revolución?: Adaptación de los servicios de documentación a la era digital. En *II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC)*, Málaga, 3, 4, 5 febrero 2010 <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/243.pdf>
- Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 39 (20), 151-158. Recuperado de: <http://files.periodismovirtual57.webnode.com.co/200000015-93d1b94ce3/Comunicar-39-Casero-151-158.pdf>
- Codina, L. (2000). Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. *Revista española de documentación científica*, 2000, 23 (1), 9-44.
- Codina, L. (2000a). La documentación en los medios de comunicación: situación actual y perspectivas de futuro. En López Yepes, J. (ed.). *Teoría, historia y metodología de las ciencias de la documentación (1975-2000)*. I Congreso Universitario de Ciencias de la Documentación (pp. 23-40). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Codina, L. (2000b). Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. *Revista española de documentación científica*, vol. 23, 1 (enero-marzo), 9-44.
- Codina, L. (2006). *Metodología de análisis y evaluación de recursos digitales en línea*. Barcelona: UPF, Área de Biblioteconomía y Documentación, Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Recuperado de: <http://www.lluiscodina.com/metodos/metodos2006.doc>.
- Cowen, N. (2001). The future of the British broadsheet newspaper on the World Wide Web. *Aslib Proceedings*, 53 (5), 189-200.
- Cuesta, A. M.; Zelcer, M. (2003). Modos de organización de la memoria en los medios digitales: el caso de los diarios electrónicos. En *VII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, General Roca, Argentina. Recuperado de: <http://catedras.fsoc.uba.ar/steimberg/pdf/zelcer01.pdf>
- Dalton, A. (2003). Promessas, desafios e ameaças das tecnologias digitais. *Bocc: biblioteca on-line de ciências da comunicação*. Recuperado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/daltonandreise-promessas-desafios-tecnologias-digitais.pdf>
- Fuentes, M. E.; Jiménez, À.; González, A. (2001). Servicios y sistemas de acceso a la información periodística en internet. *Bibliodoc: anuari de biblioteconomia, documentació i informació* (pp. 85-102). Barcelona: COBDC.
- García de León, A.; Caldera-Serrano, J. (2007). Una herramienta de evaluación de buscadores internos para la valoración de medios de prensa escrita en la Red. *Cuadernos de documentación multimedia*, 18. Recuperado de: <http://multidoc.rediris.es/cdm/include/getdoc.php?id=252&article=47>
- García Gómez, J. C.; González Olivares, J. L. (2001). Aproximación a la evaluación

cuantitativa de los sistemas de recuperación de información de la prensa en Internet: exhaustividad y precisión. *Scire: representación y organización del conocimiento*, 7 (1), 143-152. Recuperado de: <http://ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/1145/1127>

Giménez Toledo, E. (2002). Las bases de datos para los profesionales de la comunicación. En Galdón, G. (coord.). *Teoría y práctica de la documentación informativa* (pp. 175-196). Barcelona: Ariel.

Giménez Toledo, E. (2003). Periodista y documentalista. ¿Dos o uno?. En *IV Congreso Nacional de Periodismo Digital* (Huesca, 16, 17 de enero). Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/8540/>

Giménez Toledo, E.; López Martín, L. (2003). Fuentes de información especializada: sobre periodismo y para periodistas. En Pareja Pérez, V. M. (coord.). *Guía de internet para periodistas* (pp.107-150). Madrid: Centro de Información y Documentación Cindoc.

Greer, J.D.; Mensing, D. (2006). The evolution of online newspapers: a longitudinal content analysis, 1997-2003. En Li, Xigen (ed.). *Internet newspapers: the making of a mainstream medium* (13-32). Mahwah, News Jersey: Lawrence Erlbaum Associates,

Guallar, J. (2011). La documentación en la prensa digital. Nuevas tendencias y perspectivas. *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. Bilbao. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/16326/>

Guallar, J. (2012). *Las hemerotecas de la prensa digital. Análisis de diarios españoles*. (Tesis doctoral, Universitat de Barcelona, Departament de Biblioteconomia i Documentació). Recuperado de: <http://www.tdx.cat/handle/10803/96817>

Guallar, J. (2013). Documentación en la prensa digital. Hemerotecas digitales y productos documentales. [Presentación]. En *IV Congreso de Investigación Interdisciplinar en Comunicación, Información y Documentación*. Universidad de Zaragoza. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/19933/>

Guallar, J.; Abadal, E. (2009a). Evaluación de hemerotecas de prensa digital: indicadores y ejemplos de buenas prácticas. *El Profesional de la información*, 18 (3), 255-269. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/13048/>

Guallar, J.; Abadal, E. (2009b). Fuentes de información sobre prensa digital: una propuesta de clasificación. En *I Congreso internacional de ciberperiodismo y web 2.0*, (Bilbao, 11-13 noviembre). Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/13767/>

Guallar, J.; Abadal, E. (2010). The digital press archives of the leading Spanish online newspapers. *Information Research*, 15 (1), 424. Recuperado de: <http://informationr.net/ir/15-1/paper424.html>

Guallar, J.; Abadal, E.; Codina, L. (2012a). Hemerotecas de prensa digital: evolución y tendencias. *El Profesional de la Información*, 21 (6), 595-605. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/18199/>

Guallar, J.; Abadal, E.; Codina, L. (2012b). Sistema de análisis de hemerotecas de prensa digital. *Trípodos*, 31, 37-64. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/19929/>

- Guallar, J.; Abadal, E.; Codina, L. (2013). Sistemas de acceso a la información de prensa digital: tipología y evolución. *Investigación Bibliotecológica*, 27 (61), 29-52. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/21044/>
- Guallar, J.; Abadal, E.; Codina, L. (2016). Hemerotecas digitales de prensa. En Pedraza-Jiménez; Rafael; Codina, Lluís; Guallar, Javier (coords.). *Calidad en sitios web. Método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo*. (pp. 129-151). Barcelona: Editorial UOC.
- Jiménez, À. (2003a). Acceso a información periodística a través de servicios de press clipping. *Hipertext.net*, 1. Recuperado de: <http://www.hipertext.net/web/pag248.htm>
- Jiménez López, À. (2003b). Hemerotecas de pago en la prensa digital española. *El Profesional de la información*, 12 (6), 473-474. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2003/noviembre/9.pdf>
- Jiménez López, À. (2003c). Hemerotecas virtuales de la prensa digital iberoamericana. En *3er Coloquio Iberoamericano del papiro a la biblioteca virtual*. La Habana: Casa de las Américas.
- Jiménez López, M. À.; González Quesada, A.; Fuentes i Pujol, M. E. (2000). Las hemerotecas digitales de la prensa en Internet. *El Profesional de la información*, 9 (5), 15-24. Recuperado de; <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2000/mayo/2.pdf>
- Linares, J.; Codina, L.; Abadal, E.; Guallar, J. (2016). Periodismo en bases de datos y buscabilidad de la información: Protocolo de análisis. *Hipertext.net*, 14. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/30468/>
- Longo, B. (2006). Gli archivi dei giornali online. *Biblioteche oggi*, 24 (1), 9-21.
- López Aguirre, J. L. (2009). Estudio de servicios y productos documentales en la prensa digital mexicana. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 32, 93-132. Recuperado de: <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/02104210/articulos/DCIN0909110093A.PDF>
- López Carreño, R. (2004). Análisis taxonómico de los portales periodísticos españoles. *Anales de documentación*, 7, 123-140. Recuperado de: <http://digitum.um.es/jspui/handle/10201/3906>
- Martínez Cardama, S.; Caridad Sebastián, M. (2017). La teoría de la complejidad en Biblioteconomía y Documentación: análisis y presencia en la investigación. *Ibersid. Revista de sistemas de información y documentación* 11 (2), 13-22.
- Martínez Rubio, R. (2008). La recuperación de la información en los periódicos digitales valencianos. En López García, G., *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de València. Recuperado de: <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Martinez.pdf>
- Martínez Rubio, R. (2010). Estructura de la información y su recuperación en los diarios digitales andaluces: análisis de las vías de comunicación interna. En *II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la*

- Comunicación (AE-IC)*. Málaga, 3-5 febrero 2010. Recuperado de: <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/443.pdf>
- Muñoz López, L. (2017), (dir. técnico). *Estudio de Uso y Actitudes de Consumo de Contenidos Digitales* (Julio 2017). ONTSI. <https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/Uso%20y%20actitudes%20de%20consumo%20de%20contenidos%20digitales.%20Julio%202017.pdf>
- Nanni, F. (2013). L'archiviazione delle pagine dei quotidiani online. *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea*, 15 (3). Recuperado de: http://www.studistorici.com/2013/10/29/nanni_numero_15/
- Nielsen, J.; Tahir, M. (2001). *Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed*. New Riders Publishing
- Nuño Moral, M. V. (2014). Sistemas de acceso y consulta en los diarios digitales españoles. *Investigación bibliotecológica*, 28 (62). Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-358X2014000100006&script=sci_arttext
- Palacios, M.; et al. (2002). Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português. *Comunicarte*, 1 (2), 160-170. Recuperado de: <http://www2.ca.ua.pt/comunicarte/artigos/r02a16.pdf>
- Palacios, M. (2009). La memoria como criterio de valoración de calidad en el ciberperiodismo: algunas consideraciones. *El Profesional de la Información*, 18 (3), 270-276.
- Pareja Pérez, V. M. (coord.) (2003). *Guía de Internet para periodistas*. Madrid: Centro de Información y Documentación. 196 p.
- Pareja Pérez, V. M. (2006). Periodismo digital: medios de comunicación en Internet. En Maldonado, Á.; Rodríguez-Yunta, L. (coords.). *La información especializada en internet: directorio de recursos de interés académico y profesional*. (pp. 237-276). Madrid: CSIC.
- Renedo, J. Á. (2007). Los diarios españoles avanzan hacia la web 2.0. [Blog]. *Buscanoticias*, 17 mayo 2007. <http://buscanoticias.blogspot.com/2007/05/los-diarios-digitales-espaoles-avanzan.html>
- Renedo, J. Á. (2008). Principales tendencias de la prensa digital española en 2007. [Blog]. *Buscanoticias*, 21 enero 2008. <http://buscanoticias.blogspot.com/2008/01/principales-tendencias-de-la-prensa.html>
- Renedo, J. Á. (2009). Fuentes de información sobre prensa digital: una propuesta de clasificación. [Blog]. *Buscanoticias*, 20 noviembre 2009. <http://buscanoticias.blogspot.com/2009/11/fuentes-de-informacion-sobre-prensa.html>
- Rodríguez-Martínez, R.; Codina, L.; Pedraza-Jiménez, R. (2010). Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación. *El Profesional de la Información*, 19 (1), 35-44. Recuperado de: <http://www.lluiscodina.com/periodismo20.pdf>
- Rodríguez-Martínez, R.; Codina, L.; Pedraza-Jiménez, R. (2012). Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios: análisis de la interacción y de la

- adopción de la Web 2.0. *Revista española de documentación científica*, 35 (1), 61-93. Recuperado de:
http://www.digidocweb.net/cibermediosWeb20_2012.pdf
- Ros-Martín, M. (2008). La web 2.0 y las revistas científicas. [Blog]. *El documentalista enredado*, 26 septiembre 2008.
<http://www.documentalistaenredado.net/731/la-web-20-y-las-revistas-cientificas/>
- Ros-Martin, M. (2008). Los medios de comunicación impresos en la Red: Antecedentes y situación actual. [Blog]. *El documentalista enredado*, 1 mayo 2008.
<http://www.documentalistaenredado.net/677/los-medios-de-comunicacion-impresos-en-la-red-antecedentes-y-situacion-actual/>
- Rubio Lacoba, M. (2002). Otras fuentes en Internet. En Galdón, G. (coord.). *Teoría y práctica de la documentación informativa*. (pp. 175-196). Barcelona: Ariel.
- Rubio Lacoba, M. (2004). *La documentación informativa en el periodismo digital: Análisis del servicio documental, del documentalista y del mensaje documental*. (Tesis doctoral). Universidad Pontificia de Salamanca.
- Rubio Lacoba, M.; Blanco García, J. C. (2010). Mejor que un buscador, un encontrado. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 273-287. Recuperado de:
<http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN1010110273A.PDF>
- Said-Hung, E.; Arcila-Calderón, C.; Méndez-Barraza, J. (2011). Desarrollo de los cibermedios en Colombia. *El Profesional de la Información*, 20 (1), 47-53. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10760/15275>
- Schultz, T. (1999). Interactive options in online journalism: a content analysis of 100 U.S. newspapers. *Journal of computer-mediated communication*, 5 (1). Recuperado de: <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html>
- Tramullas Saz, J. (2003). El diseño centrado en el usuario para la creación de productos y servicios de información digital. *Revista Iberoamericana sobre usuarios de Información Forinf@ Online*, 22-23, 6-14. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10760/8705>
- Tramullas Saz, J. (2015). Gestión de contenidos, 2005-2015: una revisión. *Hipertext.net*, 13. Recuperado de: <http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/download/294025/389440>
- Zamith, F. (2008). A methodological proposal to analyze the news websites use of the potentialities of the Internet. En *9th International Symposium on Online Journalism*. Austin: Universidad de Texas. Recuperado de: <https://www.iso-j.org/wp-content/uploads/2018/01/Zamith.pdf>