

Jordi PEIRÓ ROMÁN

UTILITZACIÓ DE LA HIPERTEXTUALITAT A LA
PREMSA DIGITAL A CATALUNYA I A ESPANYA

Treball Fi de Carrera

dirigit per

Dr. Joan Francesc FONDEVILA GASCÓN

Universitat Abat Oliba CEU

FACULTAT DE CIÈNCIES SOCIALS

Llicenciatura en PERIODISME

2011

Internet és molt més que una tecnologia. És un mitjà de comunicació, d'interacció i d'organització social.

MANUEL CASTELLS

Resum

Internet és, probablement, la via de comunicació que menys temps ha necessitat per fer-se imprescindible en les nostres vides, una eina en constant evolució que ens permet aprendre i comunicar-nos a qualsevol hora. A més, Internet ha permès al periodisme créixer més enllà de les fronteres del paper i la tinta. Gràcies al ciberespai, el periodisme tradicional ha anat evolucionant i ha donat lloc al periodisme digital o ciberperiodisme, permetent així el naixement de nous mitjans de comunicació amb unes característiques, un llenguatge i uns gèneres periodístics propis. El present Treball de Fi de Carrera consisteix en l'anàlisi empírica i la posterior interpretació d'un dels principals símptomes de maduresa del periodisme digital: la utilització dels recursos hipertextuals. D'aquesta manera i durant un mes, s'han analitzat quatre diaris digitals *pure player*, dos catalans (www.vilaweb.cat i www.e-noticies.cat) i dos espanyols (www.elplural.com i www.elconfidencial.com), amb l'objectiu de determinar la utilització i l'evolució de l'ús de la hipertextualitat a la premsa digital a Catalunya i a Espanya. A través de totes les dades obtingudes gràcies a l'anàlisi realitzada es podrà conèixer quin tipus d'enllaç és el més utilitzat, quins mitjans són els que utilitzen més la hipertextualitat o quina és la mitjana d'enllaços per notícia, entre d'altres aspectes. A més, tota la informació resultant permetrà validar o refutar les hipòtesis plantejades durant la elaboració d'aquest treball.

Resumen

Internet es, probablemente, la vía de comunicación que menos tiempo ha necesitado para hacerse imprescindible en nuestras vidas, una herramienta en constante evolución que nos permite aprender y comunicarnos a cualquier hora. Además, Internet ha permitido al periodismo crecer más allá de las fronteras del papel y la tinta. Gracias al ciberespacio, el periodismo tradicional ha ido evolucionando y ha dado lugar al periodismo digital o ciberperiodismo, permitiendo así el nacimiento de nuevos medios de comunicación con unas características, un lenguaje y unos géneros periodísticos propios. El presente Trabajo de Fin de Carrera consiste en el análisis empírico y la posterior interpretación de uno de los principales síntomas de madurez del periodismo digital: el uso de los recursos hipertextuales. De esta forma y durante un mes, se han analizado cuatro periódicos digitales pure player, dos catalanes (www.vilaweb.cat y www.e-noticias.cat) y dos españoles (www.elplural.com y www.elconfidencial.com), con el objetivo de determinar el uso y la evolución de la hipertextualidad en la prensa digital

en Catalunya y en España. Mediante todos los datos obtenidos gracias al análisis realizado podrán conocerse qué tipos de enlaces son los más utilizados, qué medios son los que utilizan más la hipertextualidad o cuál es la media de enlaces por noticia, entre otros aspectos. Además, toda la información resultante permitirá validar o refutar las hipótesis planteadas durante la elaboración de este trabajo.

Abstract

Internet is, probably, the way of communication that less time has needed to be essential in our lives, a tool in constant evolution that allows us to learn and communicate at any time. In addition, Internet has allowed the journalism to grow beyond the borders of paper and ink. Thanks to cyberspace, traditional journalism has been evolving and given place to digital or online journalism, thus allowing the birth of new media with own characteristics, language and journalistic kinds. This research consists in the empirical analysis and the subsequent interpretation of one of the main symptoms of maturity of digital journalism: the use of hypertextual resources. In this way and for a month, four pure player digital newspapers have been analyzed, two Catalan (www.vilaweb.cat and www.e-noticies.cat) and two Spanish (www.elplural.com and www.elconfidencial.com), to determine the use and the evolution of hypertextuality in digital press in Catalonia and in Spain. By means of all the information obtained thanks to the analysis we may know what types of links are most used, what ways are those that use more hypertextuality or which it's the average of links for news, among other aspects. In addition, all the resultant information will allow to validate or to refute the hypothesis raised during the production of this work.

Paraules clau / Keywords

Internet – Periodisme Digital – Hipertextualitat – Enllaços interns – Enllaços externs – www.vilaweb.cat – www.e-notícies.cat – www.elplural.com – www.elconfidencial.com
--

Sumari

Introducció.....	9
I. MARC TEÒRIC.....	11
II. METODOLOGIA.....	37
III. ANÀLISI.....	39
Conclusions.....	61
Bibliografia.....	65
Annex.....	69

Introducció

Amb el seu *boom* durant la dècada dels 90 del segle XX, Internet va marcar un abans i un després en la història de la humanitat. I també en la premsa tal i com es coneixia fins aleshores. Amb l'arribada i la ràpida expansió d'Internet el periodisme tradicional va veure néixer una altra manera de fer; el que avui en dia coneixem com periodisme digital o ciberperiodisme.

Després dels seus primers passos com a instrument militar, Internet comença a convertir-se en un producte popular i en l'eina globalitzadora per excel·lència on cada cop més persones hi tenen accés. Així doncs, Internet causa en gran part del món un profund impacte a nivell laboral, de coneixement i d'oci. A partir d'ara, el fàcil i immediat accés a una gran quantitat d'informació i la possibilitat de comunicar-se amb qualsevol persona del món són una realitat.

Per tant, Internet s'ha convertit en molt més que una simple via de comunicació que permet intercanviar correus electrònics. Internet s'ha anat configurant com un contenidor de nombrosos productes, entre ells mitjans de comunicació de masses, que permet als seus usuaris obtenir i facilitar informació sobre qualsevol tema, així com baixar o pujar arxius de tot tipus.

Durant la primera dècada del segle XXI, els diaris tradicionals s'han vist seriosament afectats pel periodisme digital. I és que els diaris digitals no solament han adaptat al ciberespai les seves corresponents versions en paper, sinó que el nou context ciberperiodístic ha desenvolupat una nova forma de fer notícies, amb un llenguatge i uns trets específics i completament diferents als tradicionals. De la mateixa manera que no es redacta igual a la ràdio, a la televisió o a la premsa en paper, a Internet tampoc. A més a més, no tots els diaris digital neixen a partir de versions en paper, sinó que també existeixen mitjans de comunicació nascuts a i per a la xarxa. Es tracta dels mitjans *pure player*, grup al que pertanyen els quatre cibermitjans analitzats en aquest estudi.

Tot i així, l'aparició dels cibermitjans no només ha canviat al periodisme més tradicional. Els hàbits i les costums dels ciutadans també han patit nombroses modificacions. Si tradicionalment el lector d'un diari escrit havia de sortir de casa per comprar la publicació, ara en té accés des de casa i de forma gratuïta. De la mateixa manera, si qualsevol ciutadà volia col·laborar amb el diari, havia de dirigir-s'hi a través d'una carta,

mentre que gràcies al periodisme digital pot fer-ho des de casa i de manera instantània. I així succeeix amb molts més trets distintius.

El present treball es divideix en tres grans blocs. El primer consta d'un marc teòric que pretén analitzar els trets més rellevants del periodisme digital. En el segon, s'explicarà detalladament quina ha estat la metodologia seguida durant la realització del treball i la recopilació de totes les dades. En el tercer bloc, s'analitzaran empíricament quatre mitjans *pure player* (dos catalans i dos espanyols) per conèixer quin ús fan de la hipertextualitat, una de les principals característiques del ciberperiodisme.

A partir d'aquest estudi empíric i utilitzant l'estadística descriptiva i una anàlisi quantitativa s'establiran quadres comparatius entre els quatre cibermitjans que ens permetran tenir una clara visió de com cada mitjà utilitza la hipertextualitat ens les seves notícies.

Gràcies a les dades obtingudes també es podran validar o refutar les hipòtesis que aquest Treball de Fi de Carrera pretén investigar i que són les següents:

- Els diaris digitals *pure player* realitzen un ús correcte i creixent dels recursos hipertextuals però encara és millorable.
- Els recursos hipertextuals més utilitzats en els diaris digitals *pure player* són els enllaços interns, que primen sobre els externs.
- Tant els mitjans *pure player* catalans com els espanyols realitzen un ús molt semblant dels recursos hipertextuals.

I. MARC TEÒRIC

1.1 Introducció

Internet s'ha convertit en una eina que tots, en major o menor mesura, utilitzem. Gràcies a Internet ens informem, aprenem, treballem, ens comuniquem i coneixem persones d'arreu del món. I és que, actualment, Internet permet fer als usuaris gairebé tot el que es fa a la vida real. En definitiva, s'ha creat un món virtual paral·lel que absorbeix gran part de la nostra realitat, realitat que seria radicalment diferent sense aquesta via de comunicació en les nostres vides.

Des del naixement del ciberespai fins a l'actualitat, Internet ha anat evolucionant i madurant de tal manera que en relativament molt poc temps s'ha instaurat de ple en la vida de gran part de la població mundial. Internet, gran contenidor d'informació amb caràcter globalitzador, aviat va obrir-se pas com a nova via de comunicació en què de mica en mica van anar apareixent nous mitjans de comunicació; alguns com la versió virtual de mitjans tradicionals ja existents i uns altres nascuts *ex professo* a i per a la xarxa, els anomenats mitjans *pure player*.

El ciberespacio, representado acualmente por Internet –especialmente, por la World Wide Web y su sistema de hipertexto– ha dado albergue a nuevos medios de comunicación, con un nuevo lenguaje que se beneficia de las nuevas características del medio. Estos cibermedios tienen una nueva manera de ofrecer la información y están, por lo tanto, emergiendo nuevos géneros. (Díaz Noci, 2004: 2)¹

A Espanya, el primer mitjà de comunicació *online* va sorgir l'any 1994, encara que hi ha dues tesis que es confronten entre elles intentant establir quin va ser concretament aquest primer cibermitjà. La primera d'elles defensa que el primer mitjà *online* a Espanya va néixer el setembre de 1994 quan el Butlletí Oficial de l'Estat (BOE) va començar a publicar-se diàriament i amb caràcter informatiu a la xarxa. La segona tesi, però, recolza la idea que el primer cibermitjà va ser la revista El Temps durant l'estiu del

¹ DIAZ NOCI, Javier. *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. [En línia]. Santiago de Compostela: Ponencia presentada al II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, 2004. [Consulta: 1 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www6.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>

mateix any. Tot i així, entre els autors que defensen la segona tesi també hi ha vàries divergències: d'una banda Pere Masip (Masip, 2008: 15)² considera El Temps com un setmanari català mentre que, d'altra banda, Ramón Salaverría (Salaverría, 2005: 9)³ juntament amb Salomé Berrocal i Elvira Garcia (Galdón, 2001: 233)⁴ el consideren valencià.

Nasqués en un moment o en un altre, el que és innegable és que amb l'aparició dels primers mitjans de comunicació a Internet (i consegüentment amb el naixement del ciberperiodisme) va haver-hi un abans i un després en el periodisme tal i com s'entenia fins aleshores. Ara, els diaris digitals permeten a l'usuari consultar gratuïtament i des de qualsevol lloc les notícies del dia gairebé al mateix moment en què es produeixen gràcies a la constant actualització de la informació, de la mateixa manera que brinden al lector la possibilitat d'interactuar amb el cibermitjà en qüestió d'una manera ràpida i fàcil.

Per tant, aquesta nova manera de fer periodisme ha hagut de vincular-se als avanços tecnològics, a les telecomunicacions i a la informàtica per tal d'evolucionar correctament, i s'ha creat un binomi periodisme-noves tecnologies que anys enrere no existia (Fondevila Gascón, 2008). Així, mica en mica la tecnologia ha anat introduint-se en el ciberperiodisme enriquint les notícies *online* amb imatges, vídeos, àudio, programes executables, enllaços, hipertextos i un llarg etcètera que proporciona als cibermitjans un valor afegit amb el que no compta el periodisme tradicional. Amb tot, el mitjà de comunicació *online* segueix tenint la mateixa funció informativa que el mitjà tradicional però, a més, utilitza un conjunt de canals i elements alternatius que neixen i s'utilitzen exclusivament dins del nou context digital.

1.2 Ús d'Internet a Espanya

Cada any, l'Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació (AIMC) elabora l'Estudi General de Mitjans (EGM), un estudi sobre el consum dels mitjans de comunicació a Espanya.

² MASIP, Pere. *Internet a les redaccions. Informació diària i rutines periodístiques*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., 2008.

³ SALAVERRÍA, Ramón. *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

⁴ GALDÓN, Gabriel (coord.). *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A., 2001.

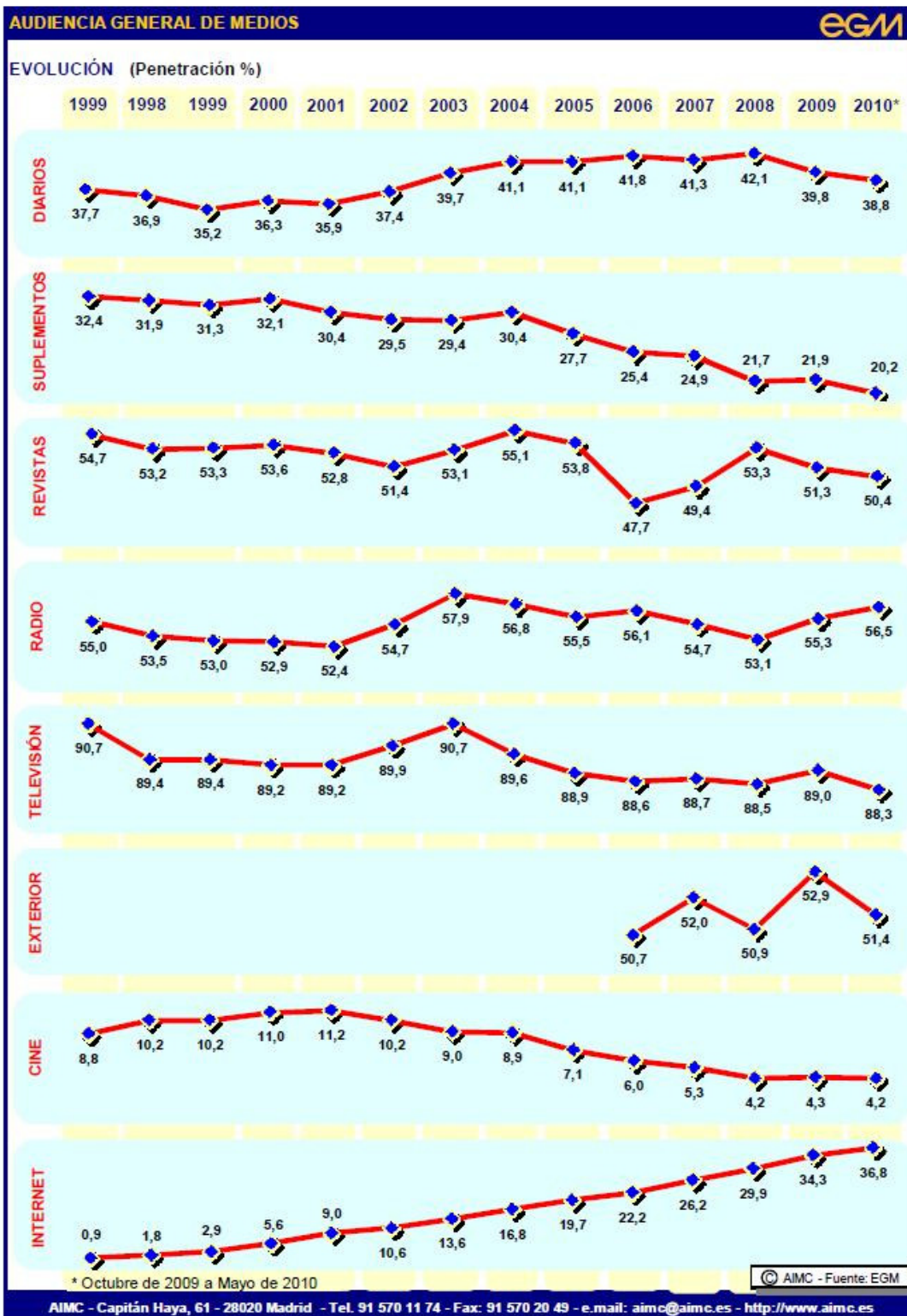
En el darrer Resum General de l'EGM⁵, que abasta l'any mòbil entre octubre del 2009 i maig del 2010, s'ha representat a la població espanyola de més de 14 anys (un univers de 39.435.000 de persones) a través d'una mostra de 30.321 persones repartida en un total de tres onades. El sistema que s'ha utilitzat per tal de recopilar totes les dades és el d'entrevistes *face to face* i, en alguns casos per tal d'ampliar la informació, el d'entrevistes telefòniques.

Tal i com es pot observar en el Gràfic 1 que apareix a la pàgina següent i que reflecteix la penetració de diversos mitjans de comunicació a Espanya, Internet és l'únic dels mitjans que apareixen a l'EGM que any rere any ha anat guanyant penetració i que, fins el maig del 2010, no ha perdut cap punt. Per tant, és l'únic mitjà de comunicació a Espanya dels que analitza l'EGM que presenta sempre una evolució positiva, dada que demostra la gran acceptació d'aquest mitjà entre la població espanyola.

Observant les xifres proporcionades per l'AIMC es pot apreciar com, amb només deu anys, Internet a quadruplicat la seva penetració entre els espanyols, passant del 9% de l'any 2000 al 36,8% que presenta fins el maig del 2010. Per contra, tots els altres mitjans de comunicació que apareixen a l'EGM han patit o estan patint fortes davallades en la seva penetració entre els espanyols. Novament, totes aquestes xifres ens duen a la conclusió que Internet és un dels mitjans de comunicació més creixents, amb més força i amb més acceptació per part de la població del nostre país.

D'altra banda, si repassem detalladament un altre dels gràfics que ens mostra el darrer Resum General de l'EGM al qual estem fent referència, veiem com són tres cibermitjans els que encapçalen el *ranking* dels *sites* més visitats en els últims 30 dies. En primer lloc hi trobem la *web* del diari *Marca* amb 3.406.000 d'usuaris únics seguida de les versions digitals de *El País* i del diari *As* amb 2.701.000 i 1.857.000 d'usuaris únics respectivament. Així doncs i partint d'aquestes dades comprovem una hegemonia dels mitjans de comunicació en les seves versions digitals a l'hora de navegar per Internet que deixa clara la necessitat que té el periodisme d'anar-se incardinant a la xarxa i d'explotar les noves possibilitats que li ofereix aquest nou espai.

⁵ AIMC, Estudi General de Mitjans. *Resumen general de resultados EGM*. [En línia]. Madrid, 2009 [Consulta: 2 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www.aimc.es>



Gràfic 1: Evolució de la penetració dels mitjans de comunicació (1999-2010). Font: AIMC

El Gràfic 2, que es pot veure en aquesta mateixa pàgina, plasma quin és el perfil dels usuaris d'Internet a Espanya. Tal i com es pot apreciar, el 56% dels usuaris espanyols d'Internet són homes mentre que el 44% són dones. Per edats, predominen els usuaris d'entre 25 i 34 anys (27,2%) i d'entre 35 i 44 anys (23,2%). Per contra, els que menys utilitzen Internet són els majors de 65 anys i els d'entre 55 i 64 anys amb un 5,4% i un 7,4%, respectivament. En referència a la classe social a què pertanyen, gairebé la meitat dels usuaris d'Internet (el 45,9%) són de classe mitja-mitja, mentre que els que menys utilitzen Internet són de classe baixa (2,1%). Per tant, a grans trets podríem dir que l'usuari espanyol d'Internet és un home d'entre 25 i 34 anys de classe mitja-mitja.

A més a més, si comparem el perfil dels usuaris d'Internet amb el perfil dels lectors de diaris impresos, observem com la penetració de la població jove és molt més alta a Internet que no pas als diaris de paper, dada que ens duu a considerar que on s'està produint el creixement dels nous lectors joves és a Internet.



Gràfic 2: Perfil dels usuaris d'Internet. Font: AIMC

D'altra banda, en la primera onada de l'any 2010 de l'EGM relatiu a Internet⁶, que abasta des de l'abril fins el maig d'aquest any, s'hi reflecteix com el 88,3% dels usuaris han accedit a Internet des de casa seva durant l'últim mes mentre que només el 6,3%

⁶ AIMC, Estudi General de Mitjans. *Audiencia de Internet EGM*. Abril-maig de 2010. [En línia]. Madrid, 2010 [Consulta: 2 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www.aimc.es>

ho ha fet des de la universitat o el seu centre d'estudis. També podem observar com un dels gràfics mostra que el 87,5% dels usuaris accedeix a Internet per consultar el correu electrònic, un 53,5% ho fa per llegir notícies d'actualitat i un 51,7% per utilitzar serveis de missatgeria instantània. Cal aclarir que en aquests darrers gràfics mencionats la suma de les variables supera el 100% ja que cada usuari pot accedir a Internet des de varis llocs així com utilitzar diversos serveis.

Amb totes les dades queda demostrat que Internet és una eina cada cop més utilitzada i que fins a dia d'avui no ha deixat de créixer i de proporcionar alternatives en molts camps i creant, en aquest cas, una nova vessant del periodisme tradicional: el ciberperiodisme.

1.3 Ciberperiodisme: concepte i característiques

L'any 1963, el diari *Daily Oklahoma* va utilitzar per primer cop un ordinador com a aparell per a compondre digitalment un número d'aquest diari. Per tant, va ser el primer mitjà de comunicació que va aconseguir digitalitzar gran part de la producció del producte periodístic i ben bé podríem etiquetar-lo com el precursor del ciberperiodisme. A partir d'aquest moment, i de forma progressiva, els ordinadors comencen a guanyar protagonisme a les redaccions dels mitjans de comunicació fins a tal punt que, actualment, s'han convertit en una eina imprescindible per a la redacció, edició, composició i disseny dels productes informatius.

Tot i així, amb el pas dels anys encara no és feina fàcil trobar una única i acceptada definició de ciberperiodisme. Javier Díaz Noci, professor de la *Universidad del País Vasco* i expert en periodisme digital, defineix així aquest nou context periodístic:

De todas formas, a estas alturas creo que, más o menos, parece ser que todos sabemos ya de qué estamos hablando: de los productos informativos periodísticos, dedicados a la información de actualidad elaborada y servida según las reglas del oficio de periodista y generalmente por las empresas que han hecho de ello su principal negocio, que se colocan en Internet o en otras redes telemáticas. (Díaz Noci, 2001: 80)⁷

Per tant, segons les paraules de Díaz Noci, el desenvolupament del ciberperiodisme s'ha caracteritzat per intentar crear un negoci basat en la informació d'actualitat a través

⁷ DIAZ NOCI, Javier. *¿Hacia dónde va el periodismo en Internet?* UCAM, Múrcia: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciències Socials i de la Comunicació, 2001.

d'Internet però seguint les regles de l'ofici de periodista. No obstant això, el vertader interrogant que Díaz Noci es planteja és si ens trobem davant d'una nova manera de fer periodisme o si l'únic canvi han estat les tècniques emprades i la manera de presentar la informació periodística.

La pregunta fundamental es, a nuestro entender, si en efecto estamos ante un nuevo modo de hacer periodismo, o si lo único nuevo es la técnica y el medio en que se presenta esa información periodística, y, de concluir que, en efecto, se trata de una nueva forma de hacer periodismo más allá de la novedad técnica, en qué consiste. (Díaz Noci, 2001: 78)⁸

D'altra banda, la professora de periodisme de la *Universidad Complutense* de Madrid, Concha Edo Bolós, reconeix en un dels seus articles l'existència d'un nou tipus de periodisme:

El periodismo digital supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos –texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o interactivos– para producir un lenguaje plural, unificador y multimedia que vamos a denominar desde ahora múltiple, y que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo. (Edo Bolós, 2001: 1)⁹

Per la seva part, l'investigador de comunicació i professor de la *Universidad de Navarra*, Ramón Salaverría, defineix ciberperiodisme en un dels seus llibres com "*la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos.*" (Salaverría, 2005: 21)¹⁰

Així mateix, també hi ha teòrics que no accepten de cap de les maneres que el periodisme d'Internet es pugui considerar una nova manera de fer periodisme. Aquests asseguren que l'únic canvi que s'està produint és un canvi de suport (del paper al digital) i que, per tant, els continguts periodístics seguiran essent els mateixos. Per contra, però, sí que reconeixen que el nou suport digital brinda noves possibilitats que el paper no permet.

⁸ DIAZ NOCI, Javier. *¿Hacia dónde va el periodismo en Internet?* UCAM, Múrcia: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciències Socials i de la Comunicació, 2001.

⁹ EDO BOLÓS, Concha. *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia*. [En línia]. Madrid: *Estudios sobre el Lenguaje Periodístico*, 2001. [Consulta: 5 de novembre del 2010]. Disponible a:

<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0101110079A.PDF>

¹⁰ SALAVERRÍA, Ramón. *Redacción periodística en Internet*. Navarra: EUNSA, S.A., 2005.

En definitiva, podem afirmar que encara no existeix un ple consens a l'hora de definir quina és la magnitud dels canvis que Internet ha produït en el periodisme, ni tan sols si el ciberperiodisme es pot considerar una nova manera de fer periodisme. El punt en el que sí coincideixen tots els teòrics del tema, però, és que Internet ha introduït en el periodisme un sèrie de canvis i de possibilitats informatives que fins aleshores eren totalment impensables.

D'aquesta manera, el suport del periodisme digital (Internet) ha esdevingut un factor decisiu dins del procés comunicatiu i ha fet que la forma en que el receptor rebia el missatge de l'emissor canviés radicalment. Així, és aquest nou suport el que ara ofereix un amplí ventall de possibilitats, ja sigui en referència als continguts informatius a transmetre o a la forma i estructura amb la que es presenten aquests continguts. A més a més, la digitalització del periodisme ha permès congrega en un sol suport les característiques pròpies de la televisió (imatge en moviment), la ràdio (so) i la premsa tradicional.

Amb el pas del temps, els mitjans de comunicació digitals han anat prenent consciència de les possibilitats que el suport *online* els oferia de manera que mentre els primers diaris digitals es limitaven a copiar els continguts de les seves versions en paper, ara és possible trobar cibermitjans molt variats: des dels *pure player* (Fondevila Gascón, 2008) o els especialitzats que informen sobre una temàtica concreta als que envien titulars per correu electrònic o permeten l'accés a vídeos i fonts sonores relacionades amb les notícies que tracten.

Així doncs, el ciberespai compta amb una sèrie de característiques pròpies que el fan diferent de la resta de mitjans, trets que són transmesos i que conformen el ciberperiodisme. Les característiques del ciberespai (i per extensió del ciberperiodisme) reconegudes com a principals per la majoria dels teòrics del tema són la multimedialitat, la hipertextualitat, la instantaneïtat-ubiquïtat i la interactivitat.

Multimedialitat

La multimedialitat fa referència a la possibilitat de crear missatges en què hi convergeixen text, imatge estàtica, imatge en moviment i so.

Els sistemes multimèdia han revolucionat els mitjans electrònics. La interacció de text, so i imatge (estàtica i en moviment) ha enriquit substancialment la comunicació creant

un nou tipus de producte molt més informatiu, educatiu i que reporta al lector un valor afegit. A més, aquests nous productes multimèdia ofereixen al destinatari la possibilitat de interactuar amb el sistema, creant així un procés de comunicació bidireccional.

El producte multimèdia, doncs, integra continguts de diversa naturalesa, continguts que requereixen l'ús de determinats programes de *software* ideats per a possibilitar la descàrrega, la presentació i la consulta dels continguts informatius. Per tant, la creació dels productes multimèdia sempre va lligada a un *software* concret que els gestiona.

Tot i així, que els mitjans de comunicació *online* aglutinin atributs de diversa naturalesa, l'emissor ha de ser capaç d'integrar aquests atributs de tal manera que el receptor els percebi com integrants d'un tot.

Complementar els continguts amb àudio, vídeo o altres recursos multimèdia, sigui quin sigui el gènere periodístic, obre una nova dimensió, que cal parametritzar i empiritzar i que pot remodelar els gèneres periodístics clàssics o crear-ne de nous. (Fondevila Gascón, 2009a)¹¹

De la mateixa manera, i per tal que la comunicació sigui efectiva, és necessari que els missatges multimèdia es creïn respectant un codi que garanteixi la correcta descodificació per part dels destinataris.

Hipertextualitat

La hipertextualitat permet aplicar la estructura no lineal pròpia del hipertext incloent *links* a altres punts informatius d'interès (navegació per nodes).

A Internet es presenten estructures d'informació textual de naturalesa no seqüencial, els hipertextos. La *WWW (World Wide Web)* es pot concebre com un sistema hipermèdia que permet l'intercanvi de informacions a través de documents que poden estar allotjats en qualsevol ordinador del món. No obstant, per a que això sigui possible és necessària l'existència d'un protocol de comunicació anomenat *HTTP (Hypertext Transport*

¹¹ FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc. Adaptació dels gèneres periodístics al periodisme digital: estudi empíric comparatiu. [En línia]. Trípodas: Extra 2009 - V Congrés Congrés Internacional Comunicació i realitat. La metamorfosi de l'espai mediàtic, Universitat Ramon Llull. Vol.1, pàgines 657-666. [Consulta: 7 de novembre del 2010]. Disponible a:

http://cicr.blanquerna.url.edu/5congres/Conclusions/data/Ambit_01.pdf

Protocol) així com un programa (navegador o *browser*) que utilitzant el *HTTP* permet aquest intercanvi d'informació. A través dels navegadors els usuaris poden visualitzar documents generalment creats en llenguatge *HTML (Hypertext Markup Language)*, un llenguatge que permet enllaçar diverses pàgines i/o documents mitjançant *links*.

Com dèiem, la naturalesa de l'hipertext és multilineal i, per tant, l'usuari és el que decideix la ruta o camí a seguir, accedint mitjançant enllaços a diferents nivells d'informació.

La hipertextualidad es el eje angular de todo el entramado sintáctico del periodismo digital, que supone una fractura en la linealidad clásica del periodismo en papel y confiere al lector la capacidad de construir los caminos de lectura de cada contenido. (Fondevila Gascón, 2010: 185)¹²

D'aquesta manera, els continguts s'estructuren en unitats autònomes d'informació anomenades nodes. Així doncs, podem dir que els enllaços desenvolupen una funció gramatical a l'ordenar diversos nodes que tracten sobre un mateix tema. Alhora, els hipertextos permeten un grau més elevat de participació de l'usuari, que deixa de ser un element passiu dins del procés comunicatiu per convertir-se'n en part activa.

La hipertextualidad, por tanto, está en la base de los cibermedios, que la utilizan junto a criterios y técnicas periodísticas, el lenguaje multimedia y la interactividad. (Salaverría, 2005)¹³

Instantaneïtat-ubiqüitat

La instantaneïtat fa referència a la possibilitat de renovar de manera immediata els continguts publicats mentre que la ubiqüitat es refereix a la possibilitat de superar les barreres del temps i de l'espai tenint així presència informativa des de qualsevol lloc.

¹² FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc. *Uso de la hipertextualidad en la prensa digital en Cataluña y en España*. [En línia]. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón. XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca-2010. *El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria*. Pàgines 183-199. [Consulta: 7 de novembre del 2010]. Disponible a:

<http://www.congresoperiodismo.com/pdf/libro.pdf>

¹³ SALAVERRIA, Ramón. *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

La digitalització del producte informatiu ha permès als usuaris l'accés immediat a la informació. D'aquesta manera augmenta considerablement la comoditat, tant pels consumidors que ja no han de desplaçar-se a un punt de venda per comprar el diari com pels productors de la informació que poden oblidar-se de la distribució física del seu producte. A més, la instantaneïtat als mitjans *online* permet publicar notícies a l'instant (valgui la redundància), privilegi abans exclusiu de la televisió i la ràdio.

Per contra, tot i que el lector valori molt positivament la rapidesa amb què els cibermitjans publiquen les informacions, no es pot caure en l'error de donar informacions incompletes, poc elaborades o errònies.

D'altra banda, la ubiqüitat o universalitat permet accedir als productes periodístics de la xarxa des de qualsevol ordinador del món que estigui connectat a Internet a temps real, atès que la informació a Internet circula a la velocitat de la llum. Tanmateix, les informacions publicades als mitjans *online* trenquen el concepte de periodicitat propi dels mitjans tradicionals com la televisió, la ràdio o la premsa escrita, ja que a la xarxa la renovació dels continguts informatius es realitza minut a minut.

Interactivitat

La interactivitat és la característica que permet en major mesura que l'usuari o lector es converteixi en un element actiu del procés comunicatiu.

Es tracta, a més, d'un element decisiu a l'hora d'establir una relació comunicativa i de compromís entre l'emissor i els destinataris. Gràcies a aquesta característica el lector passa a ser part activa de l'esquema comunicatiu i es converteix en la clau de la comunicació al ser capaç de prendre decisions que influeixen directament a l'intercanvi d'informació.

De la mateixa manera, el propi receptor pot ser alhora emissor, ja que els nous mitjans digitals permeten a l'usuari comentar, opinar i fins i tot crear nous continguts informatius. Per tant, el periodista perd, en part, el poder que li donava ser l'únic emissor d'informacions. Gràcies a les noves tecnologies, el lector pot accedir directament a les fonts informatives sense necessitat que cap periodista faci d'intermediari.

1.4 El perfil del ciberperiodista

L'arribada de la tecnologia a qualsevol sector professional sempre ha comportat una sèrie de canvis als quals els professionals afectats han hagut d'adaptar-se. De la mateixa manera, amb l'arribada de les TIC (Tecnologies de la Informació i la Comunicació), es dona un canvi tecnològic accelerat que exigeix, en aquest cas als periodistes, adquirir una sèrie de coneixements bàsics sobre la matèria. Per tant, en el cas del ciberperiodisme, la tecnologia es converteix en un dels elements centrals del producte ciberperiodístic.

Tot i així, en moltes ocasions s'ha arribat al pensament erroni que el ciberperiodista ha de ser un vertader expert en noves tecnologies, com si en comptes d'un professional de la informació i la comunicació fos informàtic, dissenyador *web* o qualsevol altre tipus de tècnic especialitzat. És obvi que en un camp on les noves tecnologies tenen cada dia més presència el periodista ha de dominar certs aspectes, però en cap cas a de substituir o tenir els coneixements dels professionals especialitzats en el tema.

En estos procesos, la tecnología es básica, pero el periodista no es informático ni técnico en telecomunicaciones. Los ordenadores son herramientas para realizar nuestro trabajo, no la esencia de nuestro trabajo. (Díaz Noci i Salaverría, 2003: 18)¹⁴

Des dels inicis del periodisme digital a Espanya, els principals teòrics del tema han fet especial èmfasi en la necessitat de reflexionar sobre quines són les habilitats, característiques i competències que ha de tenir un ciberperiodista. Molts d'aquests autors, per tal de dissenyar un breu esquema sobre el perfil del periodista digital, han acordat que el ciberperiodista és un professional de la informació periodística que:

- Treballa als cibermitjans.
- Coneix les característiques de la xarxa.
- Produeix informació (normalment a temps real).
- Utilitza els recursos informatius existents a les xarxes telemàtiques.
- Coneix i utilitza eines tècniques en la producció dels missatges informatius.
- Elabora missatges adaptats a les característiques i possibilitats del mitjà *online*.
- Gestiona grans quantitats d'informació.

¹⁴ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

- Té capacitat creativa i d'innovació.
- Sap com interactuar amb altres periodistes, usuaris, fonts, etc. a través de les xarxes telemàtiques.

Deixant de banda les modificacions que comporta la utilització de les noves tecnologies i els nous coneixements que el ciberperiodista ha d'adquirir, és evident que el periodista digital segueix essent un professional de la informació i com a tal ha d'acomplir la mateixa missió que el periodista tradicional: informar de manera veraç.

1.5 Premsa tradicional vs. premsa digital

Amb l'aparició de la premsa digital no s'extingeix la tradicional i, per tant, ambdós tipus de premsa conviuen al mateix temps. Aquesta convivència i coevolució es coneix amb el nom de *mitosi mediàtica*, concepte definit per Roger Fidler l'any 1997.

Los medios no surgen por generación espontánea ni independientemente. Aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Y cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose. (Díaz Noci i Salaverría, 2003: 238)¹⁵

A Internet es respecta l'essència del periodisme de paper, però la xarxa la modela i fa que aquesta essència s'adapti a noves necessitats. El ciberperiodisme facilita la feina informativa però per fer-ho requereix de mecanismes més complexes. Gràcies a la tecnologia, la comunicació es mecanitza per adaptar-se a les noves necessitats de reduir distàncies i augmentar la velocitat. És d'aquí d'on prové el terme *convergència* en referència a que s'estableix una unió entre les telecomunicacions i l'ordinador per tal que es desenvolupi la tecnologia digital.

Amb la solidificació dels cibermitjans s'ha comprovat que el nombre de lectors de la premsa digital ha augmentat en detriment del nombre de lectors de la premsa tradicional, que ha disminuït. La publicitat, principal font d'ingressos d'ambdues modalitats de premsa, també s'incrementa en els cibermitjans gràcies a les múltiples possibilitats que ofereixen els diversos recursos multimèdia (publicitat dinàmica).

¹⁵ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

Les dades de difusió i publicitat en premsa tradicional i digital demostren que la balança s'inclina paulatinament i sense solució de continuïtat a favor dels periòdics i les publicacions digitals. El degoteig és lent, però indeturable. (Fondevila Gascón, 2009a: 658)¹⁶

En els cibermitjans, tant el contingut com el continent són de vital importància. En referència a l'estructura dels mitjans *online*, Ramón Salaverría apunta, entre d'altres aspectes, que el disseny d'aquests és clau i s'ha de tenir en compte des del primer moment, de la mateixa manera que el nom del domini ha d'estar relacionat amb el contingut del cibermitjà. També apunta que és important el contrast de colors a la pantalla de l'ordinador (color de fons *versus* color de la lletra) i que els hipervincles han de mostrar un altre to o color quan ja hagin estat vistos, de manera que el lector pugui identificar ràpidament aquells enllaços ja visitats. Alhora, Salaverría comenta que seria convenient que les icones, els gràfics i les fotografies donessin una descripció del seu contingut a l'acostar-hi el cursor, punt que no sempre s'acompleix.

Respecte al contingut dels diaris digitals, aquests poden complementar les notícies que publiquen amb àudio i vídeo, d'entre altres possibilitats, fet que no és compatible amb els diaris tradicionals. A més, l'hipervincle passa a formar part del text i alhora aporta més quantitat d'informació. Això ha comportat un canvi en el discurs, en el tema a transmetre o comunicar.

En el cibermitjà, la informació es pot anar renovant contínuament ja sigui per acumulació (afegint dades, referències, fonts, documentació o informació) o per substitució (reemplaçant a la informació anterior). La majoria d'aquests mitjans de comunicació envien titulars diàriament al correu electrònic dels seus usuaris registrats. Alguns d'aquests ho fan en el moment en què es publica una notícia.

Tot i així, no només són necessaris el contingut i l'estructura dels cibermitjans per atraure al lector, sinó que també són claus la preparació i l'actualització constant.

El éxito de los periódicos online dependerá de su estructura y contenido los cuales, a su vez, son producto de los conocimientos y habilidades del periodista. La preparación y

¹⁶ FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc. Adaptació dels gèneres periodístics al periodisme digital: estudi empíric comparatiu. [En línia]. Trípodas: Extra 2009 - V Congrés Congrés Internacional Comunicació i realitat. La metamorfosi de l'espai mediàtic, Universitat Ramon Llull. Vol.1, pàgines 657-666. [Consulta: 7 de novembre del 2010]. Disponible a:

http://cicr.blanquerna.url.edu/5congres/Conclusions/data/Ambit_01.pdf

actualización son básicas en este ámbito para captar la preferencia del lector y enriquecer la información ofrecida. (Guajardo, 2006)¹⁷

En aquesta situació de premsa tradicional *versus* premsa digital, ens trobem amb què els gèneres periodístics clàssics conviuen amb el món virtual, món que ahora és un creador potencial de nous gèneres, sorgits del seu contacte amb les TIC: els gèneres ciberperiodístics.

1.6 Gèneres ciberperiodístics

Per tant, ens trobem davant d'un nou mitjà que segella l'aliança entre el periodisme digital i tradicional i els operadors de telecomunicació (Fondevila Gascón, 2008a). Els cibermitjans ténen una manera diferent d'oferir informació, fet que propicia el sorgiment de nous gèneres que s'han d'adaptar a les característiques del nou mitjà: la multimedialitat, la hipertextualitat, la instantaneïtat-ubiqüitat i la interactivitat.

En referència a que ens trobem davant d'un nou mitjà que compta amb noves característiques, Javier Díaz Noci afirma que:

Determinar cuáles son esas características es indispensable si se quiere hacer cualquier tipo de teorización sobre los géneros ciberperiodísticos que han comenzado a forjarse, algunos de los cuales son bien diferentes de los que ya conocemos en la prensa escrita o los medios audiovisuales. Entre otras cosas, porque muchas de esas características son imposibles de conseguir en los medios que hasta ahora conocíamos. (Díaz Noci, 2004: 3)¹⁸

L'any 2003 es va publicar el '*Manual de Redacción Ciberperiodística*', un manual coordinat per Javier Díaz Noci i Ramón Salaverría amb la col·laboració d'un grup d'investigadors format per professors de diverses universitats espanyoles on els

¹⁷ GUAJARDO, Arnoldo. Periodisme tradicional vs. periodisme digital: el cas del diari El Universal. [En línia]. Santiago de Compostela: Ponencia presentada al II Congrés ONLINE – Observatori per a la Cibersocietat, 2006. [Consulta: 10 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?llengua=ca&id=119>

¹⁸ DIAZ NOCI, Javier. *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. [En línia]. Santiago de Compostela: Ponencia presentada al II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, 2004. [Consulta: 12 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www6.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>

gèneres ciberperiodístics es classifiquen en quatre grups: el gènere informatiu, els gèneres interpretatius, els gèneres dialògics i els gèneres argumentatius.

Gènere informatiu

La *notícia* és el gènere principal del periodisme, tant del tradicional com del digital. Això no vol dir, però, que alguns cibermitjans com és el cas de *elplural.com* dediquin bona part dels seus continguts a les peces més interpretatives com poden ser els articles d'opinió o les cròniques.

Tot i així, la *notícia* segueix essent la reina del periodisme, i en el cas del digital, s'ha convertit en una peça capaç de multiplicar per molt les visites que rep envers les que apareixen a la premsa tradicional. Amb l'aparició dels mitjans *online* i gràcies a la constant actualització de les informacions, l'usuari pot arribar a visitar el ciberdiari en qüestió diversos cops al dia, mentre que rellegir un diari tradicional és poc habitual i pràctic, ja que les notícies impreses segueixent sent les mateixes al llarg del dia. Per aquest motiu ser els primers a l'hora de publicar les notícies és de vital importància, ja que el lector de diaris *online* busca precisament això, informacions actualitzades gairebé a l'instant en que succeeixen.

Pel que fa al format de les notícies, aquestes segueixen el format tradicional: un titular informatiu directe i breu, respondre les 6W's (qui, què, on, quan, com i per què) al *lead*, la piràmide invertida i l'estil impersonal. Ramón Salaverría explica, però, algunes de les novetats que les notícies dels cibermitjans inclouen, tant d'estil com estructurals:

- Titular-enllaç: el titular fa d'hipertext. Clicant el titular de la notícia es desplega la resta d'aquesta. Gairebé tots els gèneres ciberperiodístics utilitzen aquest recurs, exceptuant vinyetes d'humor o algunes columnes personals.
- Titular amb paraules clau: el titular està format per paraules clau que permet esclarir el contingut de la notícia. A més, gràcies a les *keywords* del titular, la notícia es pot trobar fàcilment en buscadors o altres bases de dades.
- Datació exhaustiva: les notícies no només apareixen amb la data de publicació sinó que en alguns mitjans *online* també hi apareix l'hora, el minut i, de vegades, el segon.
- Paràgraf d'enganxall o *teaser*: en alguns ciberdiaris, el titular va acompanyat d'un breu paràgraf que pretén atraure al lector per tal que llegeixi la notícia completa. Tot i així, hi ha molts mitjans que en comptes d'utilitzar aquesta tècnica es limiten a copiar les primeres línies de la notícia en qüestió.

- Enllaços documentals: les notícies inclouen *links* a altres notícies o a altres pàgines d'Internet per tal de documentar la informació. Aquest sistema reporta una major credibilitat i estimula la navegació.

D'altra banda, la *infografia* sorgeix com una nova manera de presentar la informació. Tot i que ja es feia servir a la premsa tradicional, amb el periodisme digital i els mitjans *online* adquireix noves estructures i integra els diversos elements que possibilita el ciberespai, aprofitant els formats multimèdia, la hipertextualitat i la interactivitat. Per això Ramón Salaverría l'anomena *infografia multimèdia*. Pel que fa la seva utilització, el més comú és que un infogràfic acompanyi i complementi una informació concreta, tot i que cada vegada més l'infogràfic adopta una postura explicativa tractant de resoldre els dubtes que el lector pugui tenir després de llegir la notícia.

Un altre subgènere són les *dades en brut*, aquelles que donen suport a una notícia o que transmeten una informació de forma autònoma com poden ser resultats esportius, estadístiques, pronòstics meteorològics o informacions bursàtils.

Cada vegada més, els gèneres informatius conviden a l'audiència a que participi en les notícies comentant el text que ha llegit. Per tant, informació i opinió cada vegada van més lligades.

Gèneres interpretatius

El gènere interpretatiu situa la informació en un context per explicar les seves causes, processos, conseqüències i finalitats. Els gèneres interpretatius més coneguts són la *crònica* i el *reportatge*.

La *crònica* és un gènere que informa sobre assumptes d'actualitat, fets noticiosos. Segons Salaverría, la principal diferència respecte la *notícia* és que la *crònica* permet al lector saber que el periodista que l'escriu es troba en el lloc dels fets, observant, narrat i detallant tot allò que està passant.

Per la seva part, el *reportatge* permet una gran explotació de les tècniques narrativo-descriptives i expositives, l'ús de recursos dialògics, i la combinació amb altres peces informatives i gràfiques, el que ha conduït a defensar l'existència del *reportatge multimèdia* com a un nou gènere (Marrero Santana, 2008). Marrero defineix el reportatge multimèdia com una:

Tipología específica de mensaje periodístico, resultado de la práctica del periodismo para y con Internet, que incorpora los rasgos esenciales de la comunicación en red -hipertextualidad, multimedialidad e interactividad- de diferentes maneras y con niveles de desarrollo variables. Si bien el reportaje multimedia puede mantener rasgos formales y de contenido del reportaje tradicional, el nuevo lenguaje periodístico supone la reconfiguración de algunos de estos rasgos y la introducción de otros elementos de carácter novedoso en su tratamiento. (Marrero Santana, 2008: 5)¹⁹

A la premsa tradicional els recursos del *reportatge* són més limitats. En canvi, el reportatge multimèdia mostra un ventall de possibilitats molt més ampli: la interactivitat permet que els lectors puguin publicar els seus comentaris i opinions així com recomanar la informació enviant-la a una tercera persona a partir de la mateixa pàgina.

Tot i que encara es manté la subjectivitat, la contextualització i la interpretació que dóna el periodista, el reportatge multimèdia es complementa, segons Ramón Salaverría, amb els següents recursos: els hipertextuals (s'inclouen enllaços documentals cap a altres fonts i articles), els multimèdia (s'usen elements com imatges, àudio i vídeo que acompanyen la peça) i els interactius (possibilitat que el lector opini i comenti, ús d'enquestes, fòrums de debat i xerrades).

Gèneres dialògics

Els gèneres dialògics són aquells que estableixen una comunicació entre dues o més persones de manera síncrona (en un temps simultani) o asíncrona (l'intercanvi de missatge no es produeix al moment). En aquests tipus de gèneres el lector té molt protagonisme, el llenguatge que s'utilitza és molt flexible i el periodista adopta la figura de moderador.

L'*entrevista* és el format més clàssic d'aquest gènere. Tot i així, en els cibermitjans n'hi ha dos tipus. D'una banda, l'entrevista tradicional. En aquesta, el periodista pregunta a un personatge concret i, quan ha escrit el text complet, el revisa i el publica. I d'altra banda, una entrevista en la qual els lectors són els qui formulen les preguntes a l'entrevistat. Aquest darrer tipus d'entrevista, cada cop més utilitzat, pot ser simultània o asíncrona, tot i que la que genera més interès és la simultània. En aquests casos, el

¹⁹ MARRERO SANTANA, Liliam. *El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido.* [En línia]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2008. [Consulta: 15 de novembre del 2010]. Vol. 63, p. 348-367. Disponible a: http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html

periodista pren el paper de seleccionar quines són les preguntes que es formularan de totes les rebudes. Aquests tipus d'entrevistes són puntuals, s'anuncien prèviament i tenen una durada aproximada d'una hora, tot i que també hi ha cibermitjans que realitzen una sèrie de trobades periòdiques amb periodistes especialitzats o personatges rellevants que tenen lloc de manera continuada com si d'un programa de televisió o ràdio es tractés.

Un altre format dialògic és el *fòrum*, un espai de debat on els usuaris discuteixen sobre un tema determinat. En aquest cas no és necessària la sincronia ja que el públic segueix podent participar encara que hagin passat hores des de l'últim comentari. L'ordre que s'estableix és cronològic, de manera que els comentaris que es veuen en primer terme són els més recents. En referència a la moderació dels continguts, el més comú és que vagi a càrrec d'un professional de la premsa digital que alhora actua de filtre. D'altra banda, l'usuari ha d'identificar-se, ja sigui a través del seu nom o d'un sobrenom. La possibilitat d'interactuar en un *fòrum* de manera anònima pot restar credibilitat a la aportació però també facilita que tothom expressi la seva opinió de manera lliure i sense cap tipus de pressió.

Dins d'aquests gèneres també hi trobem la *xerrada*, coneguda popularment amb el terme anglès *xat*. Aquest consisteix en una comunicació entre dues o més persones de forma instantània i mitjançant missatges de text que van apareixent de forma immediata a la finestra de la pàgina *web*. Es tracta d'un gènere dialògic més instantani que el *fòrum*, però també més efímer. El tipus de llenguatge emprat en aquests casos va marcat per la rapidesa, l'ús massiu d'acrònims i paraules abreviades i la utilització constant d'emoticones (caràcters que combinats recorden una cara i expressen un estat d'ànim). És el gènere menys periodístic entre els dialògics ja que es tracta més d'una nova forma de comunicació que d'una manera de presentar continguts informatius.

Per últim, dins dels gèneres dialògics hi trobem l'*enquesta*, una pregunta sobre un tema d'actualitat (amb un nombre limitat de respostes) realitzada a l'audiència dins la pàgina del ciberdiari. L'enquesta potencia la interactivitat, s'actualitza constantment però no ofereix una mostra representativa ja que, en molts casos, cada usuari pot votar diverses vegades des d'un mateix ordinador. Una enquesta plantejada en un diari digital pot arribar a convertir-se en notícia per al cibermitjà que la crea o, fins i tot, per algun altre ciberdiari.

Gèneres argumentatius

En els gèneres argumentatius es produeix força interactivitat i el trencament de la linealitat argumentativa, ja que el periodista no es veu obligat a crear un text tancat en un espai concret, sinó que utilitza l'hipertext per argumentar i donar suport al seu discurs. Ara, un gènere tradicionalment d'autoria individual es converteix en un gènere participatiu als cibermitjans.

L'*editorial* és l'únic d'aquest gènere en el qual l'autor no s'identifica de forma explícita, sinó que és el propi mitjà el que s'atribueix l'autoria del text. Tot i així hi ha excepcions com és el cas de *elplural.com*, on l'editorial va signat pel director del ciberdiari Enric Sopena. En molts casos, l'usuari pot valorar l'article ja sigui votant o escrivint un comentari.

Per la seva banda, la *columna* presenta en els ciberdiaris un format semblant a l'editorial i acostuma a trobar-se a la secció d'opinió. En la premsa digital, la bitàcola o el webloc es consideren com a columnes personals.

El *solt* és un text argumentatiu breu, normalment anònim o firmat amb sobrenom que també sol aparèixer en la secció d'opinió.

Les *cartes al director* també se situen a la secció d'opinió i es publiquen sense patir cap transformació de l'escriptura per l'usuari. Per escriure una carta al director s'acostuma a demanar a l'usuari una identificació personal (normalment el DNI) i se li comenta que la publicació del seu text no és segura ja que ha de superar un procés de selecció.

La *crítica* o *ressenya* és un gènere que no ocupa una secció concreta. La crítica d'espectacles o pel·lícules habitualment va acompanyada d'una fitxa tècnica.

La *vinyeta* o *tira còmica* és el clàssic recurs humorístic. S'acostuma a incloure a la secció d'opinió i en la majoria dels casos va lligada a la informació d'actualitat, sobretot la política. Tot i que són pocs els diaris digitals que publiquen aquest gènere, normalment l'autor hi té més protagonisme que en la resta de gèneres, de manera que l'usuari identifica la tira amb el nom de l'autor (com passa amb *elplural.com*).

D'aquesta manera i un cop assenyalats, és evident que l'aparició de nous gèneres periodístics és una prova del naixement d'una nova forma de periodisme.

Cabe hablar con todo rigor del ciberperiodismo como una disciplina específica y autónoma del periodismo. (Salaverría, 2005: 183)²⁰

Tot i així, cal considerar que no tots els teòrics de la matèria estan d'acord amb la classificació que proposa Ramón Salaverría. Com que hi ha hagut diverses i divergents propostes formulades al llarg d'aquests anys sobre l'anàlisi dels gèneres ciberperiodístics, en aquest treball s'ha optat per decantar-se cap a la teoria clàssica dels gèneres periodístics de Martínez Albertos, la que s'ensenya a les universitats i que divideix els gèneres periodístics en informatius, interpretatius i d'opinió.

1.7 La hipertextualitat

El hipertexto [...] es un tipo de texto interactivo, no secuencial, no lineal (o multi-lineal), esto es, no basado en una secuencia fija [...] cuya secuencialidad pueda variar considerablemente a lo largo de la lectura. (Vilariño i Abuín, 2006: 20)²¹

Juntament amb la multimedialitat, la interactivitat i la instantaneïtat-ubiquïtat, la hipertextualitat és un dels punts característics del ciberespai i alhora un paràmetre de maduresa del periodisme digital. Amb l'arribada del periodisme a Internet, els mitjans tradicionals han d'adaptar-se a un nou suport, tant en disseny com en continguts, fent un ús coherent i sistemàtic dels recursos hipertextuals. A més, tots els gèneres ciberperiodístics estan relacionats a hipervincles que ofereixen documentació. Per aquest motiu Javier Díaz Noci parla de *gèneres documentats* com a categoria particular. (Díaz Noci, 2004: 6)²²

Per tant, la hipertextualitat s'ha convertit en la pedra angular de tot l'entramat sintàctic del ciberperiodisme, trencant la linealitat del periodisme tradicional i brindant al lector la capacitat de construir i seguir el seu propi camí en la lectura de cada contingut.

²⁰ SALAVERRÍA, Ramón. *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

²¹ VILARIÑO, M^a Teresa; ABUÍN, Anxo. *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica*. Madrid: Arco Libros, 2006.

²² DIAZ NOCI, Javier. *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. [En línia]. Santiago de Compostela: Ponencia presentada al II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, 2004. [Consulta: 18 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www6.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>

*La hipertextualidad, por tanto, está en la base de los cibermedios, que la utilizan junto a criterios y técnicas periodísticas, el lenguaje multimedia y la interactividad. (Salaverría, 2005)*²³

L'hipertext en sí mateix es constitueix per la suma de nodes (elements que contenen informació, com per exemple textos o imatges) i enllaços (connexió entre dos nodes); i compta amb una sèrie de característiques pròpies enumerades a la Tesi Doctoral '*Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*' (Lamarca Lapuente, 2006)²⁴:

- **Conectivitat:** probablement la característica més específica de l'hipertext, fa referència a la qualitat dels enllaços de permetre connexions interdocumentals i intradocumentals.
- **Digitalitat:** qualitat que permet processar qualsevol tipus d'informació (text, imatges, àudio, vídeo, ...) com a dades computables per ordinador.
- **Multiseqüencialitat:** possibilitat de presentar i accedir a informació de manera no lineal. La navegació pels nodes no implica una lectura lineal sinó que poden seguir-se diverses línies seqüencials a la vegada.
- **Estructura en xarxa:** l'hipertext s'estructura com una xarxa de nodes interconnectats, formant una xarxa contextual reticular.
- **Multimedialitat:** qualitat que permet la integració de diverses morfologies (text, imatges, àudio, vídeo, ...) a l'hipertext.
- **Gradualitat:** possibilitat de desenvolupar la informació amb diferents graus de profunditat (número de nivells que neixen del node principal) i amplada (número de nodes d'un nivell determinat).
- **Extensibilitat:** propietat de l'hipertext d'ampliar els seus nodes a l'incloure'n de nous presents en altres suports o a la xarxa.
- **Interactivitat:** l'hipertext s'ha convertit, d'una banda, en un element que permet la comunicació entre persones i, d'altra banda, en un element que acostia al lector la informació que l'hipertext conté.

²³ SALAVERRÍA, Ramón. *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

²⁴ LAMARCA LAPUENTE, María Jesús. *Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. [En línia]. Tesi de doctorat, *Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid*, 2006. [Consulta: 20 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www.hipertexto.info>

- Usabilitat: manera en què està dissenyat l'hipertext per tal que l'usuari pugui navegar per la informació continguda.
- Accessibilitat: característica que fa referència a que el disseny de l'hipertext ha de ser universalment utilitzat pel major número d'usuaris possible, independentment del *hardware* i del *software* que estiguin fent servir.
- Reusabilitat: capacitat que ofereix un hipervincle de tornar-se a utilitzar tots els cops que es vulgui mantenint la seva integritat.
- Dinamisme: la informació continguda en un hipertext pot estar condicionada a una actualització i manteniment continuus. També es refereix a la capacitat de generar un hipertext on abans no existia.
- Transitorietat: al ser actualitzats constantment, el grau de moviment i volatilitat dels hipertextos és alt. De la mateixa manera, també pot variar la localització de l'hipertext. Per tant, la característica transitorietat d'un hipertext es produeix tant en el temps com en l'espai.
- Apertura: capacitat de l'hipertext d'obrir-se a una altra xarxa; qualsevol hipertext pot ser enllaçat amb la resta de documents d'Internet.

En referència a l'estructura hipertextual ideal (Fondevila Gascón, 2010), aquesta hauria d'assemblar-se a la d'una *VPN (Virtual Private Network)* telecomunicativa en la qual totes les delegacions (els cibermitjans als que dirigeixen els enllaços en el cas del periodisme) siguin visibles per totes. D'aquesta manera, qualsevol tall en el subministrament de la banda ampla es solucionaria prenent altres camins de lectura dins la xarxa i l'estructura només cauria en cas de col·lapse total.

Respecte als tipus d'enllaços existents, hi ha diverses classificacions establertes. En aquest Treball de Fi de Carrera s'ha optat per seguir la classificació que Javier Díaz Noci exposa al seu llibre '*La escritura digital*' (Díaz Noci, 2002: 158)²⁵. En aquest llibre, i basant-se en la teoria de Pascual Cantos, Fco. Javier Martínez i Gregorio Moya, Díaz Noci classifica els enllaços, d'una banda segons el seu destí i d'altra banda, segons el seu propòsit de la relació. La classificació completa queda així:

²⁵ DÍAZ NOCI, Javier. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco. Argitarapen Zerbitzua, 2002.

1. Enllaços segons el seu destí:

- a) **Externs / Interns**
- b) **De connexió entre aplicacions**
- c) De comandament
- d) Unirrelació / Multirrelació
- e) De desplaçament

2. Segons el seu propòsit:

- a) **Estructurals**
 - i. **Jeràrquics**
 - ii. **Semàntics**
- b) **Explícits / Implícits**
- c) Unidireccionals / Bidireccionals
- d) Plans / Definites

A efectes pràctics i per a una major eficàcia en l'anàlisi empírica que es realitza a continuació, la classificació anterior de Díaz Noci s'ha modificat lleugerament, de manera que finalment només s'analitzaran els tipus d'enllaços assenyalats en **negreta**.

Els enllaços Plans / Definites s'eliminen de l'anàlisi perquè poden considerar-se com Explícits / Implícits de la mateixa manera que els de Desplaçament equivaldrien als Externs o els De comandament als De connexió entre aplicacions. També s'exclouen de l'anàlisi tant els Unidireccionals / Bidireccionals com els Unirrelació / Multirrelació ja que el llenguatge *HTML* actualment no permet la bidireccionalitat ni la multirrelació.

Per tant, a partir d'ara i durant tot l'estudi, segons el seu destí els enllaços seran Interns (aquells que enllacen amb els continguts del propi cibermitjà), Externs (els que enllacen amb pàgines alienes al cibermitjà com per exemple si es tracta de mostrar fonts originals o dades estadístiques concretes) o De connexió entre aplicacions (enllaços que requereixen un *software* per obrir-se com per exemple vídeos). D'altra banda, segons els seu propòsit, els enllaços seran Estructurals jeràrquics (els que marquen estructures amb prioritats, com per exemple que les notícies apareguin sempre abans que altres gèneres), Estructurals Semàntics (els enllaços de context que valoren els continguts de la notícia), Explícits (aquells que recuperen informacions que el mateix cibermitjà ha publicat, com per exemple col·locar un enllaç en una notícia que completa

una informació anterior que el mateix cibermitjà ja havia donat) o Implícits (els enllaços que el cibermitjà ha de posar gairebé per obligació perquè el seu contingut només està disponible en aquella pàgina, com per exemple un article d'opinió concret que un altre cibermitjà hagi publicat i al qual s'està fent referència).

II. METODOLOGIA

Per tal de conèixer quina és la utilització de la hipertextualitat a la premsa digital a Catalunya i a Espanya, durant aquest Treball de Fi de Carrera s'ha seguit una metodologia d'estudi molt concreta i ja portada a terme amb èxit en altres recerques (Fondevila Gascón, 2009).

Durant un mes (entre el 15 de setembre i el 15 d'octubre de 2010) s'han analitzat diàriament i de manera empírica quatre diaris digitals *pure player*, dos d'ells representatius de la premsa digital catalana i dos d'ells representatius de la premsa digital espanyola. Pel que fa a la premsa catalana, els cibermitjans escollits han estat www.vilaweb.cat i www.e-noticies.cat. D'altra banda i representant la premsa digital espanyola, s'han seleccionat els diaris digitals www.elplural.com i www.elconfidencial.com.

Els diaris digitals seleccionats com a mostra s'han estudiat cada dia de dilluns a divendres a partir de les 11:00h del matí i també els dissabtes i diumenges a partir de la mateixa hora. D'aquesta manera podrem conèixer si l'ús dels recursos hipertextuals per part de la premsa digital catalana i espanyola varia en les notícies publicades entre setmana respecte a les que es publiquen durant el cap de setmana.

Per recopilar correctament les dades i posteriorment analitzar-les amb eficàcia s'ha creat una única taula que s'ha fet servir per a tots els diaris digitals estudiats. D'aquesta manera, i per agilitzar tant la lectura com l'anàlisi de la informació registrada, tots els cibermitjans s'han analitzat a través d'una única eina. La taula creada recopila les següents dades: nom del cibermitjà, període i hora d'anàlisi (entre setmana o cap de setmana), dies analitzats, número de notícies analitzades per dia i número d'enllaços que té cada una de les notícies que s'han estudiat cada dia.

En referència a la hipertextualitat, els enllaços que pertanyen a les notícies dels cibermitjans mostra s'han analitzat seguint dos criteris: en primer lloc, s'han estudiat els enllaços segons el seu destí (interns, externs o de connexió entre aplicacions) i, en segon terme, s'han estudiat segons el seu propòsit (estructurals jeràrquics, estructurals semàntics, explícits o implícits).

Per tant, i gràcies a l'estudi de totes aquestes variables, s'establiran quadres comparatius entre els quatre mitjans *pure player* que ens permetran obtenir una clara

visió de com cada mitjà utilitza els diversos recursos hipertextuals. Així mateix, amb les dades aconseguides i classificades durant el mes d'estudi també podran traçar-se mitjanes a través de les quals podrem comparar tots els diaris digitals entre ells i així arribar a conèixer quins utilitzen més la hipertextualitat, quin tipus d'enllaç és el més i el menys freqüent, si l'ús dels recursos hipertextuals en els cibermitjans catalans i espanyols és correcte o si es podria millorar.

En definitiva, tota aquesta avaluació ens permetrà, d'una banda, conèixer l'estat i l'ús de la hipertextualitat a la premsa digital a Catalunya i a Espanya, i d'altra banda, donar resposta a totes les hipòtesis plantejades al començament d'aquest Treball de Fi de Carrera.

III. ANÀLISI

3.1 Introducció als cibermitjans analitzats

Abans de començar amb l'anàlisi de les dades obtingudes un cop finalitzat l'estudi empíric de cadascun dels diaris digitals seleccionats, a continuació es mostra una breu descripció física de la *home* de cada cibermitjà així com algunes dades d'interès que ajuden a crear una visió més àmplia de com és cada diari *online*.

vilaweb.cat



La pàgina inicial de *vilaweb.cat* és molt visual, una *home* on hi predominen el taronja i el blanc, colors corporatius que també conformen el logotip d'aquest cibermitjà. Tal i com observarem en cada ciberdiari analitzat, el logotip de *vilaweb.cat* es troba situat al vèrtex superior esquerra de la pàgina, de manera que l'usuari identifiqui ràpidament i de forma clara on es troba i pugui tornar des de qualsevol pàgina a la *home* mitjançant una dreuera tal i com recomana Salaverría (Salaverría, 2005: 199).

Sobre el logotip d'aquest diari *online* hi trobem dos *banners* (peces publicitàries) i, a la banda dreta del nom del mitjà, un desplegable amb el nom 'Informació' que conté les següents etiquetes amb hipervincle: 'Informació', 'Televisió i Ràdio', 'Opinió', 'Agències', 'Participació', 'Educació', 'Classificats', 'Serveris', 'Activitats', 'Portada', 'Lletres', 'Tecnologia', 'Música', 'Gastronomia', 'Finances', 'Reportatges', 'Hemeroteca' i 'Locals'. A més, i precedint el contingut més pur del mitjà, es mostren sis etiquetes en forma d'imatge que contenen informació relacionada amb la meteorologia, el mapa *web* o notícies varies d'última hora.

A continuació hi ha les notícies que conformen la pàgina d'inici del diari i, per tant, les que han estat analitzades durant un mes per tal de realitzar aquest estudi. Les diverses informacions de *vilaweb.cat* es mostren dins de marcs rectangulars que permeten crear una sensació d'ordre i fàcil lectura, fet que no succeeix en altres mitjans de comunicació a Internet. A la pàgina d'inici d'aquest ciberdiari, que ocupa un total de 9 pantalles amb

la barra de desplaçament vertical (es pot comprovar prement la tecla 'Av.Pàg'), es poden trobar: notícies generals, rectificacions, diversos tipus de publicitat (estàtica i dinàmica), informació que prové directament d'agències de notícies, articles d'opinió, blocs, notícies que pertanyen a edicions locals i, fins i tot, un canal de televisió propi anomenat VilaWebTV.

Segons OJDinteractiva²⁶, l'empresa que s'encarrega de certificar l'audiència dels mitjans a Internet, durant el mes de setembre de 2010 *vilaweb.cat* va tenir un total de 373.378 usuaris únics que van reportar al cibermitjà 949.978 visites i 2.646.850 de pàgines vistes.

e-noticies.cat

e-Notícies

La *home* de *e-noticies.cat* torna a ser una pàgina molt visual, efecte que aquest cop es crea per la utilització de moltes imatges, gairebé totes de considerables dimensions. En aquest cas, però, no hi ha cap *banner* sobre el nom del diari.

Al costat del logotip d'aquest cibermitjà, el segon diari *online* català estudiat, que com en el cas anterior i en els següents es troba situat a la cantonada superior esquerra de la pàgina d'inici, hi ha les etiquetes 'Portada', 'Opinió', 'Confidencial', 'Multimèdia', 'Enquestes', 'e-TV', '+Informació', 'Serveis', 'Hemeroteca', '+Blogs' i '10 anys'. Seguidament, sota aquestes opcions es troben les seccions de 'Política', 'Esports', 'Economia', 'Societat', 'Cultura', 'Comunicació', 'Noves tecnologies', 'Cinema' i 'Més edicions'. Totes les seccions fan d'hipervincle però en aquest cas no ofereixen opcions desplegable.

A continuació apareixen les notícies que conformen la pàgina d'inici de *e-noticies.cat*, que ocupa un total de 17 pantalles amb la barra de desplaçament vertical. En aquest

²⁶ OJDinteractiva. *Evolución Audiencia VILAWEB*. [En línia]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/vilaweb-evolucion-audiencia/totales/anual/119>

cas, es podria dividir la *home* en dues meitats, traçant un eix vertical de dalt a baix. A la meitat esquerra és on hi trobem totes les notícies, on a cada una d'elles hi apareix la secció a la qual pertany, l'hora de publicació, el nombre de lectures que té la notícia i el nombre de comentaris que els usuaris han escrit. A la meitat dreta de la pàgina s'hi troben articles d'opinió, seccions d'humor, enquestes vàries, publicitat, cartes al director, una secció d'agenda, diverses fotogaleries, una secció anomenada 'Confidencial' d'accés restringit i, fins i tot, la pròpia televisió del diari, l'e-TV.

Segons OJDinteractiva²⁷, durant el mes de setembre de 2010 *e-noticies.cat* va tenir un total de 217.107 usuaris únics que van reportar al cibermitjà 688.093 visites i 1.893.669 de pàgines vistes.

elplural.com



La pàgina inicial de *elplural.com* ocupa un total de 9 pantalles amb la barra de desplaçament vertical i a simple vista no és tan visual com el cibermitjans anteriors. El logotip del diari torna a situar-se a la banda superior esquerra de la pàgina i ressalta amb color vermell la paraula 'plural'. Així mateix, el logotip de *elplural.com* compta amb l'eslògan 'Periódico digital progresista'.

A la part superior de la *home* hi apareixen dos *banners*, un que va variant segons l'anunciant i un altre més petit situat a la banda dreta de la pàgina que convida els usuaris a subscriure's al diari i que, per tant, autopromociona al mitjà. Un cop a sota el nom del diari hi trobem les següents etiquetes amb hipervincla: 'Home', 'Política', 'Economía', 'Opinión', 'Marco/vida', 'Comunicación', 'Andalucía', 'Visto en la red', 'Foros', 'Tienda' i 'Blogs'.

En aquest cas, *elplural.com* es podria dividir en tres columnes. A la primera d'elles hi trobem les notícies del dia mesclades entre elles mateixes tractin un tema o un altre. A la segona hi ha tots els articles d'opinió dels periodistes, tot i que el primer article

²⁷ OJDinteractiva. *Evolución Audiencia E-NOTICIES*. [En línia]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/e-noticias-evolucion-audiencia/totales/anual/303>

sempre és el del director i propietari del diari *online*, el periodista Enric Sopena. A la tercera i última columna hi trobem alguns espais publicitaris, seccions concretes com és el cas de ‘*Tribuna libre*’ on els usuaris opinen de qualsevol tema i fins i tot enllaços a les pàgines dedicades a *elplural.com* en diverses xarxes socials com *Facebook* o *Twitter*.

Segons OJDinteractiva²⁸, durant el mes de setembre de 2010 *elplural.com* va tenir un total de 386.122 usuaris únics que van reportar al cibermitjà 1.012.201 de visites i 3.141.970 de pàgines vistes.

elconfidencial.com

El Confidencial
3.100.000 lectores influyentes

La pàgina inicial de *elconfidencial.com* ocupa un total de 10 pantalles amb la barra de desplaçament vertical i es tracta, inicialment, d'un diari d'aspecte més seriós visualment parlant tot i que a mesura que s'avança van apareixent imatges i colors. Com en els altres casos, el logotip del cibermitjà torna a situar-se a la banda superior esquerra de la pàgina. Aquest diari *online* té com a eslògan la frase ‘3.100.000 lectores influyentes’.

A la part superior de la *home* hi apareix un *banner* i un cop a sota del nom del diari hi trobem diverses etiquetes. Són les següents: ‘*Actualidad*’, ‘*Opinión*’, ‘*Deportes*’, ‘*Cine&TV*’, ‘*Tendencias*’, ‘*Tecnología*’, ‘*Salud*’, ‘*Vídeos*’, ‘*Fotos*’ i ‘*Comunidad*’. A més a més, cada etiqueta és desplegable i ofereix altres hipervincles a l'usuari. Justament a sota de les etiquetes hi apareix un espai anomenat ‘*Última hora*’ on amb una frase es ressalta un tema en concret. A continuació, es poden veure etiquetes que ocupen tota l'amplada de la pàgina referents a temes econòmics i bursàtils.

A *elconfidencial.com* els articles d'opinió, les enquestes, la presència en determinades xarxes socials i algunes seccions en concret queden reservades pel marge dret de la pàgina, mentre que les notícies que formen la *home* ocupen la resta de la pantalla. En primer lloc, apareixen els temes d'actualitat per anar donant pas a altres seccions com

²⁸ OJDinteractiva. *Evolución Audiencia EL PLURAL*. [En línia]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/elplural-evolucion-audiencia/totales/anual/345>

per exemple les relacionades amb el món de l'esport o les tendències. A més a més, el cibermitjà dedica una part de la seva pàgina d'inici a *cotizalia.com* i a *vanitatis.com*, dues pàgines que pertanyen al propi diari i que fan referència al món de la borsa i al de la crònica rosa respectivament.

Segons OJDinteractiva²⁹, durant el mes de setembre de 2010 *elconfidencial.com* va tenir un total de 3.186.553 d'usuaris únics que van reportar al cibermitjà 9.103.491 de visites i 39.217.331 de pàgines vistes.

Quadre comparatiu dels cibermitjans analitzats

	Pantalles de desplaçament vertical	Usuaris únics (Setembre 2010)	Visites (Setembre 2010)	Pàgines vistes (Setembre 2010)
VilaWeb	9	373.378	949.978	2.646.850
E-notícies	17	217.107	688.093	1.893.669
El Plural	9	386.122	1.012.201	3.141.970
EI Confidencial	10	3.186.553	9.103.491	39.217.331

3.2 Anàlisi de les dades obtingudes

Una vegada conegudes algunes de les característiques de cada cibermitjà, a continuació es mostren i s'analitzen totes les dades obtingudes durant el mes que ha durat l'estudi empíric dels quatre ciberdiaris *pure player* seleccionats.

Tal i com s'havia comentat amb anterioritat, els diaris digitals objecte d'aquest estudi s'han analitzat cada dia de dilluns a divendres a partir de les 11:00h del matí i també els dissabtes i diumenges a partir de la mateixa hora per tal d'arribar a conèixer si l'ús dels

²⁹ OJDinteractiva. *Evolución Audiencia EL CONFIDENCIAL*. [En línia]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/evolucion-audiencia.php?id=52>

recursos hipertextuals per part de la premsa digital catalana i espanyola varia en les notícies publicades entre setmana respecte a les que es publiquen durant el cap de setmana.

D'aquesta manera, s'han creat un total de tres taules que recopilen les dades generals de l'ús de la hipertextualitat de cada diari *online*. La primera d'elles, la *Taula 1*, mostra el número total de notícies i enllaços analitzats de cada cibermitjà els dies entre setmana (de dilluns a divendres) de tot el mes d'estudi així com els percentatges que se'n desprenen.

	Enllaços totals	Notícies totals	Nombre d'enllaços per notícia
VilaWeb	2516	447	5,62
E-notícies	466	486	0,91
El Plural	807	525	1,53
El Confidencial	897	528	1,69

Taula 1: Resultats generals de totes les notícies i enllaços analitzats entre setmana

La següent taula, la *Taula 2*, mostra el número total de notícies i enllaços analitzats de cada ciberdiari els caps de setmana (dissabtes i diumenges) de tot el mes d'estudi així com els percentatges que se'n desprenen.

	Enllaços totals	Notícies totals	Nombre d'enllaços per notícia
VilaWeb	767	146	5,25
E-notícies	152	160	0,95
El Plural	270	165	1,63
El Confidencial	303	178	1,70

Taula 2: Resultats generals de totes les notícies i enllaços analitzats els caps de setmana

La *Taula 3*, que es mostra a continuació, estableix la suma de les xifres de les dades que es reflecteixen en les dues taules anteriors. Per tant, la *Taula 3* mostra el número total de notícies i d'enllaços analitzats durant tot el mes que ha durant aquest estudi empíric, corresponguin a dies entre setmana o al cap de setmana, amb el seu percentatge corresponent que reflecteix en aquest cas quin % d'hipertextualitat té cada notícia de cada ciberdiari.

	Enllaços totals	Notícies totals	Nombre d'enllaços per notícia
VilaWeb	3283	593	5,53
E-notícies	618	646	0,95
El Plural	1077	690	1,56
El Confidencial	1200	706	1,69

Taula 3: Resultats generals de totes les notícies i enllaços analitzats durant el mes d'estudi

Tal i com es pot apreciar a la *Taula 3*, *vilaweb.cat* presenta un ús de la hipertextualitat molt elevat respecte els altres ciberdiaris amb una mitjana de més de cinc enllaços i mig per notícia, el que es tradueix en una xifra sorprenent de 5,53 enllaços per unitat de contingut de mitjana. Entre setmana però, aquesta proporció ascendeix fins a 5,62, xifra que ens duu a la conclusió que, entre setmana, les notícies que apareixen a *vilaweb.cat* compten amb més enllaços que les publicades durant el cap de setmana (5,25). En xifres absolutes, les 593 notícies que s'han analitzat durant tot el mes d'estudi a *vilaweb.cat* han contingut un total de 3.283 enllaços.

Per la seva part, el cibermitjà *e-notícies.cat* presenta un ús molt més moderat dels recursos hipertextuals. Tot i que no hi ha una xifra que es consideri ideal quant al nombre d'enllaços per notícia, sí que és esperable trobar, com a mínim, un enllaç per cada unitat de contingut estudiada. En el cas del segon diari *online* català analitzat, d'un total de 646 notícies estudiades s'han trobat 618 enllaços, el que representa menys d'un enllaç per notícia (0,95). Tot i així, la inserció d'enllaços en aquest ciberdiari queda molt lluny de la inserció que presenta *vilaweb.cat*, que gairebé multiplica per sis el nombre d'enllaços de *e-notícies.cat*. D'altra banda i a diferència del que passava amb *vilaweb.cat*, en aquest cas l'*e-notícies.cat* utilitza més recursos hipertextuals en les notícies que publica els caps de setmana (0,95) que en les que publica entre setmana (0,91).

En el cas dels cibermitjans espanyols analitzats, *elplural.com* mostra una utilització de la hipertextualitat superior a la de l'*e-notícies.cat* però que segueix quedant molt lluny de la de *vilaweb.cat*, ja que compta amb 1,56, el que representa més d'un enllaç i mig per a cada unitat de contingut. Per tant, *elplural.com* presenta una acceptable utilització de la hipertextualitat en les seves publicacions. En aquest cas i de la mateixa manera que passava amb *e-notícies.cat*, *elplural.com* utilitza més recursos hipertextuals en les notícies que publica els caps de setmana (1,63) que en les que publica entre setmana (1,53).

Per últim, *elconfidencial.com* segueix una línia molt similar a la del *plural.com*, tot i que presenta una utilització hipertextual lleugerament superior (1,69). Per tant, i després de *vilaweb.cat*, *elconfidencial.com* és el cibermitjà analitzat que més utilitza els recursos hipertextuals en les seves notícies ja que compta amb una mitjana de més d'un enllaç i mig per unitat de contingut, una proporció elevada. En aquest cas, però, la inserció d'enllaços en notícies publicades entre setmana és pràcticament igual a la que es produeix en les notícies que es publiquen els caps de setmana, amb 1,69 i 1,70, respectivament.

En definitiva, un cop observats els resultats generals obtinguts, podem respondre la següent hipòtesi, plantejada durant la introducció d'aquest treball:

- Tant els mitjans *pure player* catalans com els espanyols realitzen un ús molt semblant dels recursos hipertextuals.

Tal com s'ha pogut comprovar a través de les xifres, la utilització hipertextual que els cibermitjans analitzats realitzen és totalment independent a si es tracta de mitjans *pure player* catalans o espanyols. Una mostra d'aquesta afirmació és que el ciberdiari català *vilaweb.cat* presenta una hipertextualitat sorprenentment alta (la més elevada dels cibermitjans estudiats) mentre que *e-noticies.cat*, també català, presenta la hipertextualitat més baixa dels quatre diaris *online* analitzats. D'altra banda, els dos ciberdiaris espanyols presenten entre ells percentatges molt semblants quant a l'ús que fan dels hipertextos. Per tant, i afirmant l'anterior hipòtesi, es pot dir que tant els mitjans *pure player* catalans com els espanyols fan un ús força semblant dels recursos hipertextuals.

3.2.1 La hipertextualitat a *vilaweb.cat*

Tal com demostren les dades obtingudes plasmades a les taules anteriors, *vilaweb.cat* és el cibermitjà *pure player* analitzat que fa un major ús dels recursos hipertextuals, amb una mitjana de més de cinc enllaços i mig per notícia (5,53).

A continuació es classifiquen tots els enllaços trobats i analitzats a les notícies de *vilaweb.cat* (3283 en total) segons el seu destí i el seu propòsit i segons si corresponen a les notícies publicades entre setmana (2516 en total) o durant els caps de setmana (767 en total) al ciberdiari català.

Els enllaços de vilaweb.cat entre setmana

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
Vilaweb	Absoluts	934	1542	40	2516
	%	37,12%	61,29%	1,59%	100%

Taula 4: Classificació segons destí dels enllaços trobats a vilaweb.cat entre setmana

Tal com es pot apreciar a la *Taula 4*, dels 2.516 enllaços que pertanyen a les notícies de vilaweb.cat publicades entre setmana, 1.542 són externs i, per tant, enllacen amb pàgines i/o documents aliens al propi cibermitjà. Aquests 1.542 enllaços externs representen el 61,29% del total d'enllaços trobats a les notícies publicades per aquest diari *online* entre setmana, mentre que els enllaços interns, els que enllacen amb continguts del propi ciberdiari, representen el 37,12% del total d'enllaços trobats.

Amb un percentatge molt baix (1,59%) trobem els enllaços de connexió entre aplicacions, aquells que requereixen d'un *software* concret per mostrar el seu contingut. A més, cal destacar que la immensa majoria dels enllaços d'aquest últim tipus, en el cas de vilaweb.cat, condueixen al lector a un canal de televisió propi del mitjà, VilaWebTV, que reforça algunes de les seves comunicacions amb informacions en forma de vídeo. En aquest cas, el *software* que requereixen aquests enllaços per tal d'accedir a VilaWebTV és la darrera versió de l'*Adobe Flash Player*. Es tracta d'aquest tipus de *software* perquè és el necessari per fer *streaming*; la distribució en forma de corrent contínua d'àudio o vídeo per Internet en què l'usuari pot escoltar o veure arxius concrets en el moment que vulgui sense necessitat de descarregar-se'ls al seu ordinador. Tot i així, la inserció d'aquest tipus d'enllaç és encara molt feble.

La *Taula 5*, que classifica els mateixos enllaços que l'anterior però en aquest cas segons el seu propòsit i que hi ha a continuació, mostra com gairebé tots els enllaços trobats entre setmana a vilaweb.cat són o estructurals semàntics (58,31%), els que valoren el contingut de la notícia i treballen per context, o explícits (40,02%), aquells que recuperen informacions que el mateix cibermitjà ja ha publicat anteriorment. Cal destacar que no s'ha trobat cap enllaç estructural jeràrquic durant tot el mes d'anàlisi en

les notícies publicades entre setmana a *vilaweb.cat*, els enllaços que creen estructures amb prioritats.

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
VilaWeb	Absoluts	0	1467	1007	42	2516
	%	0%	58,31%	40,02%	1,67%	100%

Taula 5: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *vilaweb.cat* entre setmana

Els enllaços de *vilaweb.cat* durant el cap de setmana

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
Vilaweb	Absoluts	184	573	10	767
	%	23,99%	74,71%	1,30%	100%

Taula 6: Classificació segons destí dels enllaços trobats a *vilaweb.cat* durant els caps de setmana

Si passem als enllaços trobats durant els caps de setmana del més d'anàlisi, pel que fa al destí dels mateixos i tal i com demostra la *Taula 6*, veiem com els enllaços externs (74,71%) segueixen dominant sobre els interns (23,99%), i en aquest cas amb un percentatge més pronunciat a favor dels externs. Pel que fa als enllaços de connexió entre aplicacions, el seu percentatge encara és més baix que l'obtingut entre setmana, passant d'un 1,59% a un 1,30%, dada que confirma que es tracta d'un tipus d'enllaç que encara no s'utilitza amb prou freqüència.

Respecte al propòsit dels mateixos enllaços de la *Taula 6* i tal com seguidament adverteix la *Taula 7*, gairebé tres de cada quatre enllaços són estructurals semàntics (el 73,27%). D'altra banda, trobem un 24,12% d'enllaços explícits i un debil 2,61% d'implícits. D'enllaços estructurals jeràrquics no se n'han trobat, de la mateixa manera que passava en les notícies publicades entre setmana a *vilaweb.cat*.

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
VilaWeb	Absoluts	0	562	185	20	767
	%	0%	73,27%	24,12%	2,61%	100%

Taula 7: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *vilaweb.cat* durant els caps de setmana

Conclusió de la utilització dels recursos hipertextuals a *vilaweb.cat*

El ciberdiari català *vilaweb.cat* presenta una altíssima utilització dels recursos hipertextuals ja que segons les dades recopilades a través de l'estudi empíric dut a terme compta amb una mitjana de més de cinc enllaços i mig per cada notícia que publica. Amb aquest xifra trenca tot tipus de previsions situant-se com el cibermitjà que més enllaços publica en comparació amb la resta de cibermitjans analitzats.

D'aquests enllaços que publica, tant entre setmana com durant els caps de setmana destaquen els externs per sobre dels interns amb força diferència, motiu pel qual potser seria recomanable fer un ús més extens dels enllaços interns, per tal de crear xarxes de continguts propis més àmplies. L'avantatge és que el diari demostra que no és endogàmic i ofereix un bon ventall d'opcions al lector. Amb els enllaços de connexió entre aplicacions passa el mateix: aprofitant que el diari *online* disposa d'un canal de televisió propi, l'augment d'aquests enllaços adreçats a aquest canal podria ser molt beneficiós pel cibermitjà.

Segons el seu propòsit i tant entre setmana com durant els caps de setmana la majoria d'enllaços són estructurals semàntics i cap dels trobats pertanyen als estructurals jeràrquics, dada que indica que *vilaweb.cat* no utilitza o no acostuma a utilitzar enllaços que creïn estructures de prioritats. En referència als enllaços implícits i explícits dominen els segons amb claredat ja que d'implícits n'hi ha molt pocs, xifra d'altra banda raonable ja que la utilització dels enllaços explícits comporta la vinculació d'informacions publicades anteriorment pel propi ciberdiari a la notícia en qüestió i per tant, nodreix el diari *online* amb notícies pròpies.

3.2.2 La hipertextualitat a e-notícies.cat

Com es veu a la *Taula 3*, per la seva part, encara que molt allunyat dels registres marcats per *vilaweb.cat*, *e-notícies.cat* presenta un ús correcte dels recursos hipertextuals ja que compta amb una mitjana de 0,95 enllaços per cada notícia publicada, el que representa gairebé un enllaç per unitat de contingut.

A continuació es classifiquen tots els enllaços trobats i analitzats a les notícies d'*e-notícies.cat* (618 en total) segons el seu destí i el seu propòsit i segons si corresponen a les notícies publicades entre setmana (466 en total) o durant els caps de setmana (152 en total) al ciberdiari català.

Els enllaços de *e-notícies.cat* entre setmana

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
E-notícies	Absoluts	288	160	18	466
	%	61,80%	34,33%	3,87%	100%

Taula 8: Classificació segons destí dels enllaços trobats a *e-notícies.cat* entre setmana

Com mostra la *Taula 8*, dels 466 enllaços trobats a les notícies publicades entre setmana a *e-notícies.cat*, 288 tenen destí intern, xifra que representa el 61,80% dels enllaços trobats. Per contra, s'han localitzat un total de 160 enllaços externs (el 34,33% del total). El 3,87% restant el configuren els enllaços de connexió entre aplicacions, ja que només se n'han trobat 18. A més i tal i com passava amb *vilaweb.cat*, tots els enllaços de connexió entre aplicacions trobats a *e-notícies.cat* condueixen al lector a un canal de televisió propi del mitjà: e-TV. De la mateixa manera, el *software* que requereixen aquests enllaços per tal d'accedir a e-TV és la darrera versió de l'*Adobe Flash Player*, el *software* necessari per fer *streaming*. Tot i així, la inserció d'aquest tipus d'enllaç és encara molt feble. Per tant, a diferència de *vilaweb.cat* (l'altre ciberdiari català analitzat), a *e-notícies.cat* hi ha més enllaços interns que externs de la mateixa manera que aquest segon diari *pure player* analitzat també fa un ús més elevat dels enllaços de connexió entre aplicacions que el primer.

La *Taula 9*, que es mostra a continuació, classifica els mateixos enllaços que la taula anterior però en aquesta ocasió segons el seu propòsit. Segons les dades que es poden observar, el 61,80% dels enllaços trobats entre setmana a *e-notícies.cat* són enllaços explícits, el 36,27% són estructurals semàntics, l'1,50% són implícits i el 0,43% restant pertany als enllaços estructurals jeràrquics.

En aquest cibermitjà, a diferència de *vilaweb.cat*, sí que s'han trobat alguns enllaços estructurals jeràrquics (2 en total), tot i que segueixen dominant els estructurals semàntics amb claredat (169 en total). D'altra banda, tal i com passava a *vilaweb.cat*, a *e-notícies.cat* la xifra d'enllaços explícits (288 en total) segueix essent molt superior a la d'enllaços implícits (7 en total).

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
E-notícies	Absoluts	2	169	288	7	466
	%	0,43%	36,27%	61,80%	1,50%	100%

Taula 9: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *e-notícies.cat* entre setmana

Els enllaços de *e-notícies.cat* durant els caps de setmana

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
E-notícies	Absoluts	91	58	3	152
	%	59,87%	38,16%	1,97%	100%

Taula 10: Classificació segons destí dels enllaços trobats a *e-notícies.cat* durant els caps de setmana

Si passem als enllaços trobats durant els caps de setmana del més d'anàlisi a *e-notícies.cat* veiem, tal i com mostra la *Taula 10*, que el 59,87% dels enllaços trobats són

interns, mentre que els externs sumen un 38,16%. El 1,97% restant correspon als enllaços de connexió entre aplicacions.

En relació amb els enllaços trobats al mateix ciberdiari a les notícies entre setmana observem que durant el cap de setmana el número d'enllaços externs augmenta una mica en detriment dels interns, tot i que els primers continuen sent més. Per contra, la inserció d'enllaços de connexió entre aplicacions disminueix durant els caps de setmana, passant d'un 3,87% a un 1,97%.

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
E-notícies	Absoluts	1	51	93	7	152
	%	0,66%	33,55%	61,18%	4,61%	100%

Taula 11: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *e-notícies.cat* durant els caps de setmana

La taula anterior (*Taula 11*) classifica els mateixos enllaços que la *Taula 10* però en aquesta ocasió segons el seu propòsit. Tal i com passava entre setmana els enllaços que predominen a *e-notícies.cat* són els explícits (61,18%) i els estructurals semàntics (33,55%). A més, els percentatges són molt semblants tant en les notícies publicades entre setmana com en les publicades els caps de setmana. Tot i així, els valors entre setmana són lleugerament més elevats. Pel que fa als enllaços implícits i estructurals jeràrquics, segueixen sent els menys utilitzats, tot i que mostren percentatges més elevats durant els caps de setmana, amb un 4,61% i un 0,66% respectivament.

Conclusió de la utilització dels recursos hipertextuals a *e-notícies.cat*

El segon ciberdiari català analitzat, *e-notícies.cat*, presenta un ús correcte dels recursos hipertextuals ja que segons les dades recopilades a través de l'estudi empíric dut a terme compta amb una mitjana de gairebé un enllaç per notícia (0,95). Amb aquest xifra *e-notícies.cat* queda molt allunyat l'altre *pure player* català analitzat, que presentava una mitjana de més de cinc enllaços i mig per unitat de contingut.

Segons el seu destí, tant entre setmana com durant el cap de setmana, a *e-noticies.cat* hi predominen els enllaços interns per sobre dels externs, tot al contrari del que passava amb *vilaweb.cat*. D'altra banda, aprofitant que *e-noticies.cat* també disposa d'un canal de televisió propi, l'augment d'enllaços de connexió entre aplicacions adreçats a aquest canal podria ser molt beneficiós pel cibermitjà ja que actualment gairebé no en fa servir.

Segons el seu propòsit i tant entre setmana com durant els caps de setmana la majoria d'enllaços són explícits i estructurals semàntics. Per contra, la utilització d'enllaços implícits i estructurals semàntics segueix sent ínfima, tot i que lleugerament superior als registres marcats per *vilaweb.cat*.

3.2.3 La hipertextualitat a *elplural.com*

El primer dels cibermitjans *pure player* espanyols analitzats és *elplural.com*, i, tal i com es pot veure a les dades de la *Taula 3*, és un diari *online* que presenta una acceptable utilització dels recursos hipertextuals, ja que compta amb una mitjana de més d'un enllaç i mig per cada notícia (1,56). El ciberdiari *elplural.com* compta amb una hipertextualitat més elevada que la de *e-noticies.cat* però segueix quedant molt lluny dels registres de *vilaweb.cat*.

A continuació es classifiquen tots els enllaços trobats i analitzats a les notícies de *elplural.com* (1077 en total) segons el seu destí i el seu propòsit i segons si corresponen a les notícies publicades entre setmana (807 en total) o durant els caps de setmana (270 en total) al ciberdiari espanyol.

Els enllaços de *elplural.com* entre setmana

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
EI Plural	Absoluts	629	178	0	807
	%	77,94%	22,06%	0%	100%

Taula 12: Classificació segons destí dels enllaços trobats a *elplural.com* entre setmana

Tal i com es pot veure a la *Taula 12*, dels 807 enllaços trobats a *elplural.com* entre setmana, 629 són interns (el 77,94%) mentre que els 178 restants són externs (el 22,06%). D'enllaços de connexió entre aplicacions no se n'han trobat. Per tant, ens trobem davant del cibermitjà (dels analitzats fins ara) que fa un major ús dels enllaços interns, ja que gairebé 8 de cada 10 enllaços que es troben en aquest ciberdiari remetent a continguts del propi mitjà.

La *Taula 13*, que es pot veure a continuació, classifica els mateixos enllaços de la taula anterior però en aquest cas segons el seu propòsit. D'aquesta manera, veiem com la majoria d'enllaços de *elplural.com*, el 65,68%, són explícits. Per un altre costat, el 31,72% són estructurals semàntics, el 2,48% són implícits i el 0,12% restant són estructurals jeràrquics.

Per tercera vegada consecutiva ens trobem amb un cibermitjà que gairebé no fa ús dels enllaços implícits (20 en total) i estructurals jeràrquics (1 en total) mentre que potencia la inserció d'enllaços explícits (530 en total) i estructurals semàntics (256 en total).

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
EI Plural	Absoluts	1	256	530	20	807
	%	0,12%	31,72%	65,68%	2,48%	100%

Taula 13: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *elplural.com* entre setmana

Els enllaços de *elplural.com* durant els caps de setmana

Si passem als enllaços trobats durant els caps de setmana del més d'estudi, pel que fa al destí dels mateixos i tal i com demostra la *Taula 14* de la pàgina següent, els enllaços interns (75,19%) segueixen imposant-se als externs (24,81%). Tal i com passava entre setmana, a *elplural.com* no s'han utilitzat enllaços de connexió entre aplicacions durant tot el mes d'anàlisi.

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
El Plural	Absoluts	203	67	0	270
	%	75,19%	24,81%	0%	100%

Taula 14: Classificació segons destí dels enllaços trobats a *elplural.com* durant els caps de setmana

Pel que fa al propòsit d'aquests mateixos enllaços i tal i com es pot veure a la *Taula 15* que hi ha a continuació, tornem a comprovar com els enllaços més utilitzats són els explícits, amb un 62,22%, seguits del estructurals semàntics, amb un 34,44%. Molt per sota d'aquests registres tornem a trobar els implícits i els estructurals jeràrquics, amb un 2,60% i un 0,74% respectivament.

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
El Plural	Absoluts	2	93	168	7	270
	%	0,74%	34,44%	62,22%	2,60%	100%

Taula 15: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *elplural.com* durant els caps de setmana

Conclusió de la utilització dels recursos hipertextuals a *elplural.com*

El primer ciberdiari espanyol analitzat, *elplural.com*, presenta un ús acceptable dels recursos hipertextuals ja que segons les dades recopilades compta amb una mitjana de més d'un enllaç i mig per notícia (1,56). Novament, *elplural.com* queda molt allunyat de les xifres que presenta *vilaweb.cat* però, en aquest cas, el ciberdiari espanyol supera al català *e-notícies.cat* que no arribava a un enllaç per notícia publicada.

Segons el seu destí i tal i com passava amb *e-notícies.cat*, tant entre setmana com durant el cap de setmana, a *elplural.com* hi predominen els enllaços interns per sobre dels externs, i en aquesta ocasió amb una major diferència. D'altra banda, en

contraposició als dos cibermitjans catalans analitzats, *elplural.com* no disposa d'un canal de televisió *online* propi, fet pel qual es podria explicar la no utilització d'enllaços de connexió entre aplicacions. Per tant, seria recomanable que *elplural.com* comencés a utilitzar aquest tipus d'enllaç per enriquir-se en continguts i per oferir un ventall de possibilitats més ampli als seus lectors.

Segons el propòsit dels enllaços trobats i tant entre setmana com durant els caps de setmana la majoria d'enllaços són explícits i estructurals semàntics. De la mateixa manera que passava amb els dos cibermitjans analitzats anteriorment, la utilització d'enllaços implícits i estructurals semàntics segueix sent gairebé inexistent.

3.2.4 La hipertextualitat a *elconfidencial.com*

Com mostren les dades de la *Taula 3*, *elconfidencial.com*, el segon dels cibermitjans *pure player* espanyols analitzats, és un diari *online* que segueix una línia molt similar a la de *elplural.com*, tot i que presenta una utilització hipertextual lleugerament superior al comptar amb una mitjana de de 1,69 enllaços per notícia. Amb aquesta xifra i després de *vilaweb.cat*, *elconfidencial.com* és el cibermitjà analitzat que més utilitza els recursos hipertextuals en les seves notícies.

A continuació es classifiquen tots els enllaços trobats i analitzats a les notícies de *elconfidencial.com* (1200 en total) segons el seu destí i el seu propòsit i segons si corresponen a les notícies publicades entre setmana (897 en total) o durant els caps de setmana (303 en total) al ciberdiari espanyol.

Els enllaços de *elconfidencial.com* entre setmana

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
El Confidencial	Absoluts	502	393	2	897
	%	55,96%	43,82%	0,22%	100%

Taula 16: Classificació segons destí dels enllaços trobats a *elconfidencial.com* entre setmana

Tal i com es pot comprovar a la *Taula 16*, el 55,96% dels enllaços trobats a les notícies publicades entre setmana a *elconfidencial.com* són enllaços interns, mentre que el 43,82% són externs. Amb aquests percentatges, *elconfidencial.com* és el cibermitjà analitzat que menys diferència presenta entre enllaços interns i externs i, per tant, fa una bona utilització d'ambdós tipus. Novament, els enllaços de connexió entre aplicacions són gairebé inexistents ja que només se n'han trobat dos d'aquest tipus dels 897 analitzats en total, xifra que representa el 0,22% del total.

La següent taula, la *Taula 17*, classifica els mateixos enllaços que la taula anterior però en aquest cas segons el seu propòsit. Segons les dades obtingudes, els enllaços explícits (53,96%) i els estructurals semàntics (41,58%) són novament els enllaços més utilitzats. La resta són pràcticament tots implícits (4,35%), ja que d'estructurals jeràrquics només se n'ha localitzat un (0,11%).

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
EI Confidencial	Absoluts	1	373	484	39	897
	%	0,11%	41,58%	53,96%	4,35%	100%

Taula 17: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *elconfidencial.com* entre setmana

Els enllaços de *elconfidencial.com* durant els caps de setmana

Enllaços segons destí					
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Enllaços totals
EI Confidencial	Absoluts	170	133	0	303
	%	56,11%	43,89%	0%	100%

Taula 18: Classificació segons destí dels enllaços trobats a *elconfidencial.com* durant els caps de setmana

Si ens fixem en els recursos hipertextuals trobats a *elconfidencial.com* durant els caps de setmana, tal i com demostra la *Taula 18*, veiem com el destí dels enllaços és molt semblant al dels enllaços trobats entre setmana. Durant els caps de setmana, els enllaços interns representen el 56,11% del total i, els externs, el 43,89%. En el cas de les notícies publicades durant el cap de setmana, no s'ha trobat cap enllaç de connexió entre aplicacions, dada que reitera l'escassa utilització d'aquest tipus de recurs.

En referència al propòsit d'aquests mateixos enllaços, dels trobats durant els caps de setmana que ha durat l'estudi empíric, veiem a la *Taula 19* que hi ha a continuació que segueixen dominant els explícits i els estructurals semàntics per sobre dels demés, amb un 54,46% i un 42,90% respectivament i amb dades molt semblants a les obtingudes de les notícies publicades entre setmana. El 2,64% restant el conformen els enllaços explícits ja que d'estructurals jeràrquics no se n'han trobat.

Enllaços segons propòsit						
		Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	Enllaços totals
El Confidencial	Absoluts	0	130	165	8	303
	%	0%	42,90%	54,46%	2,64%	100%

Taula 19: Classificació segons propòsit dels enllaços trobats a *elconfidencial.com* durant els caps de setmana

Conclusió de la utilització dels recursos hipertextuals a *elconfidencial.com*

El segon cibermitjà *pure player* espanyol analitzat, *elconfidencial.com*, presenta un ús elevat dels recursos hipertextuals ja que segons les xifres obtingudes compta amb una mitjana de més d'un enllaç i mig per notícia (1,69). Amb aquesta xifra, *elconfidencial.com* s'alça com el segon diari *online* analitzat que fa un ús més ampli de la hipertextualitat, per darrera de *vilaweb.cat* que ocupa la primera posició.

Segons el destí dels seus enllaços, tant entre setmana com durant els caps de setmana *elconfidencial.com* fa un ús bastant equilibrat dels enllaços interns i externs, a diferència de la resta de ciberdiaris estudiats que solen utilitzar molt més un tipus d'enllaç que l'altre. Tot i així, a *elconfidencial.com* hi ha més enllaços interns que externs. En

referència als enllaços de connexió entre aplicacions cal dir que *elconfidencial.com* és juntament amb *elplural.com* un dels dos ciberdiaris que menys utilitzen aquests tipus de recursos i, per tant, seria recomanable que comencessin a utilitzar-los amb més freqüència.

Segons el propòsit dels enllaços trobats i tant entre setmana com durant els caps de setmana la majoria d'enllaços són explícits i estructurals semàntics, de la mateixa manera que succeeix amb tots i cadascun dels cibermitjans analitzats anteriorment. Per tant, la utilització d'enllaços implícits i estructurals semàntics segueix sent molt baixa.

Quadre comparatiu de les dades obtingudes de cadascun dels cibermitjans analitzats

		Segons destí			Segons propòsit			
		Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
VilaWeb	Entre setmana	37,12%	61,29%	1,59%	0%	58,31%	40,02%	1,67%
	Caps de setmana	23,99%	74,71%	1,30%	0%	73,27%	24,12%	2,61%
E-notícies	Entre setmana	61,80%	34,33%	3,87%	0,43%	36,27%	61,80%	1,50%
	Caps de setmana	59,87%	38,16%	1,97%	0,66%	33,55%	61,18%	4,61%
El Plural	Entre setmana	77,94%	22,06%	0%	0,12%	31,72%	65,68%	2,48%
	Caps de setmana	75,19%	24,81%	0%	0,74%	34,44%	62,22%	2,60%
El Confidencial	Entre setmana	55,96%	43,82%	0,22%	0,11%	41,58%	53,96%	4,35%
	Caps de setmana	56,11%	43,89%	0%	0%	42,90%	54,46%	2,64%

Conclusions

A partir del *boom* d'Internet durant la dècada dels 90 del segle XX i més de deu anys després de l'aparició del primer mitjà de comunicació a la xarxa, el ciberperiodisme ha anat guanyant-se un lloc propi i actualment es presenta com una alternativa completa al periodisme tradicional.

L'adaptació del periodisme al ciberespai ha creat un nou context ciberperiodístic que no tan sols ha afectat al periodisme de sempre, el tradicional, sinó que a més a més ha propiciat el naixement d'una nova forma de fer notícies, amb un llenguatge i uns trets específics i completament diferents als tradicionals. Amb el pas del temps, Internet s'ha anat configurant com un contenidor de nombrosos productes, entre ells mitjans de comunicació de masses, alguns d'ells digitalitzant les seves versions en paper i uns altres, els mitjans *pure player*, naixent exclusivament a la xarxa i per a la xarxa.

No obstant això, l'aparició dels cibermitjans no només ha canviat al periodisme més tradicional. Els hàbits i els costums dels ciutadans també s'han vist afectats i han patit nombroses modificacions: accés a la informació o a un mitjà de comunicació sense sortir de casa, de forma gratuïta i amb la possibilitat d'interactuar amb el mitjà en qüestió són alguns dels canvis més significatius.

El present estudi empíric, que s'ha centrat a conèixer la utilització dels recursos hipertextuals a la premsa digital catalana i espanyola a través de l'anàlisi quatre cibermitjans *pure player* (dos de catalans i dos d'espanyols), ens ha permès d'una banda conèixer en profunditat molts aspectes relacionats amb els recursos hipertextuals a la premsa *online* catalana i espanyola i, d'altra banda, donar resposta a les tres hipòtesis plantejades a la Introducció d'aquest treball.

En referència a l'ús que els ciberdiaris seleccionats fan de la hipertextualitat en les seves notícies i tal i com han demostrat les dades obtingudes, podem dividir-los en tres grups.

En el primer d'ells hi trobem a *vilaweb.cat* el cibermitjà *pure player* analitzat que més enllaços publica en les seves notícies amb una mitjana de més de cinc *links* i mig per notícia (5,53). Aquests sorprenents registres eleven al diari *online* català a la primera posició, amb una altíssima utilització de la hipertextualitat.

En el segon grup hi trobem a *elplural.com* i *elconfidencial.com*, els dos cibermitjans espanyols analitzats, que realitzen un ús entre correcte i elevat de la hipertextualitat. El primer d'ells, *elplural.com*, compta amb una mitjana de 1,56 enllaços per notícia, mentre que la mitjana de *elconfidencial.com* s'eleva una mica més arribant fins a 1,69 enllaços per unitat de contingut. Per tant, el dos *pure player* espanyols realitzen un bon ús de la hipertextualitat tot i que molt per sota dels registres de *vilaweb.cat*.

I per últim, en el tercer grup hi trobem el ciberdiari *e-noticies.cat*, el segon mitjà *online* català analitzat i el que presenta una utilització dels recursos hipertextuals més baixa en comparació amb els tres cibermitjans restants al no arribar a la mitjana d'un enllaç per notícia (0,95).

Tal i com ja s'ha comentat, aquestes dades ens permeten confirmar la següent hipòtesi, una de les plantejades al començament del treball:

- Tant els mitjans *pure player* catalans com els espanyols realitzen un ús molt semblant dels recursos hipertextuals.

Com es pot apreciar a partir de les mitjanes obtingudes, que el cibermitjà en qüestió sigui català o espanyol no té res a veure amb com utilitzi els recursos hipertextuals, ambós tipus poden utilitzar molt o poc la hipertextualitat, independentment de la seva procedència. Així, mentre que un dels ciberdiaris catalans analitzats realitza un altíssim ús dels recursos hipertextuals (*vilaweb.cat*), l'altre cibermitjà català (*e-noticies.cat*) presenta el registre més baix.

Per tal de classificar els enllaços trobats, s'han estudiat segons el seu destí i segons el seu propòsit.

Segons el destí dels enllaços, en tots els cibermitjans analitzats exceptuant *vilaweb.cat*, els enllaços interns predominen sobre els externs. Per tant, el més habitual és que el propi cibermitjà s'alimenti de continguts creats per ell mateix publicant més enllaços interns que externs. Cal destacar a *elplural.com* com el diari *online* estudiat que més potencia aquesta diferència (el 77,94% dels enllaços trobats a les seves notícies entre setmana i el 75,19% dels enllaços trobats a les seves notícies durant els caps de setmana són interns). D'altra banda, *elconfidencial.com* és el *pure player* que fa un ús més semblant d'enllaços interns i externs (el 55,96% dels enllaços trobats a les seves notícies entre setmana i el 56,11% dels enllaços trobats a les seves notícies durant els

caps de setmana són interns, essent la diferència amb els externs mínima). Tot i així, *vilaweb.cat* és l'únic dels quatre ciberdiaris estudiats en el que els enllaços externs primen sobre els intern (el 61,29% dels enllaços trobats a les seves notícies entre setmana i el 74,71% dels enllaços trobats a les seves notícies durant els caps de setmana són externs). Els enllaços de connexió entre aplicacions, tercer destí possible dels enllaços trobats, presenten encara una inserció molt feble i gairebé inexistent en tots els ciberdiaris analitzats. Amb tot, *e-notícies.cat* és la publicació que fa un major ús d'aquest tipus d'enllaç, seguida de *vilaweb.cat*. Aquesta major utilització dels enllaços de connexió entre aplicacions als dos *pure player* catalans és en bona part deguda a que ambdós cibermitjans compten amb un canal propi de televisió, canal al qual es dirigeixen la gran majoria d'aquests enllaços.

Amb aquestes dades i tenint en compte l'excepció que presenta *vilaweb.cat* en referència al destí dels seus enllaços, podem confirmar la segona de les tres hipòtesis plantejades durant la Introducció d'aquest treball. És la següent:

- Els recursos hipertextuals més utilitzats en els diaris digitals *pure player* són els enllaços interns, que primen sobre els externs.

En referència al propòsit dels enllaços trobats s'ha observat una forta utilització dels enllaços explícits en detriment a la poquíssima inserció dels implícits de la mateixa manera que els enllaços estructurals semàntics gairebé són majoria absoluta en comparació amb els estructurals jeràrquics. Cal destacar que *vilaweb.cat* és el cibermitjà analitzat que més enllaços estructurals semàntics utilitza, essent aquests el 58,31% dels enllaços trobats a les notícies publicades entre setmana per la publicació catalana i 73,27% dels localitzats a les notícies publicades entre setmana. D'altra banda, els enllaços implícits, que són molt poc utilitzats a nivell general, guanyen presència als cibermitjans *elconfidencial.com* i *e-notícies.cat*.

En definitiva, un cop tenim totes les dades sobre la taula, observem com tant els diaris digitals *pure player* catalans com espanyols fan un ús correcte dels recursos hipertextuals. Tot i així i segons demostren les xifres obtingudes, són molts tipus d'enllaços que encara presenten una inserció molt baixa, de la mateixa manera que encara hi ha mitjans que, en comparació amb d'altres, encara presenten mitjanes pobres respecte a la col·locació d'enllaços per notícia, algunes de les quals no superen la d'un enllaç per unitat de contingut. D'aquesta manera, aquest treball ens permet validar la tercera i última de les hipòtesis plantejades al principi del mateix:

- Els diaris digitals *pure player* realitzen un ús correcte i creixent del recurs hipertextual però encara és millorable.

El que és innegable és que amb el relatiu poc temps que fa que existeixen els diaris digitals, aquests han experimentat una evolució i una progressió espectacular, creant amb el seu naixement un nou tipus de periodisme on el nombre d'usuaris augmenta cada dia. El ciberespai ofereix una xarxa immensa plena de possibilitats que el ciberperiodisme aprofita i que sens dubte seguirà creixent amb el pas del temps.

A partir d'aquest Treball de Fi de Carrera hem pogut extreure multitud de xifres i dades concretes de quatre diaris digitals *pure player* a partir de les quals hem pogut comprovar quin és el panorama hipertextual dels cibermitjans catalans i espanyols. Tot i així, el món del ciberperiodisme és tan ampli i canviant que és necessari seguir realitzant estudis empírics d'aquest tipus per intentar promoure un ús correcte, fluid i creixent dels recursos hipertextuals a la premsa digital catalana i espanyola.

Bibliografía

A) Bibliografía bàsica:

- AIMC, Estudi General de Mitjans. *Resumen general de resultados EGM*. [En línia]. Madrid, 2009 [Consulta: 2 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www.aimc.es>
- BOWMAN, Shayne, i WILLIS, Chris. *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información* [en línia]. Colombia: Casa Editorial El Tiempo (CEET), febrer 2005 [Consulta: 4 juny 2009]. Disponible a: <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>.
- DIAZ NOCI, Javier. *¿Hacia dónde va el periodismo en Internet?* UCAM, Múrcia: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciències Socials i de la Comunicació, 2001.
- DÍAZ NOCI, Javier. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco. Argitarapen Zerbitzua, 2002.
- DIAZ NOCI, Javier. *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. [En línia]. Santiago de Compostela: Ponencia presentada al II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, 2004. [Consulta: 1 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://www6.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.
- EDO BOLÓS, Concha. *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia*. [En línia]. Madrid: Estudios sobre el Lenguaje Periodístico, 2001. [Consulta: 5 de novembre del 2010]. Disponible a: <http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0101110079A.PDF>
- FIDLER, Roger. *Mediamorphosis: Understanding New Media. Journalism and Communications for a New Century*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 1997.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008a). *La alianza entre el periodismo digital y tradicional y los operadores de telecomunicación: hacia un rendimiento óptimo de la red*. Barcelona: Comunicación en el II Congreso Nacional Ulepicc-España.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008b). Ponència "Estructura econòmica de la indústria periodística comarcal: cap a un model híbrid tradicional-digital". Morella: Congrés de l'ACPC (Associació Catalana de Premsa Comarcal).

- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009a). Adaptació dels gèneres periodístics al periodisme digital: estudi empíric comparatiu. [En línia]. Trípodas: Extra 2009 - V Congrés Internacional Comunicació i realitat. La metamorfosi de l'espai mediàtic, Universitat Ramon Llull. Vol.1, pàgines 657-666. [Consulta: 7 de novembre del 2010]. Disponible a:
http://cicr.blanquerna.url.edu/5congres/Conclusions/data/Ambit_01.pdf

- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). *Uso de la hipertextualidad en la prensa digital en Cataluña y en España*. [En línia]. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón. XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca-2010. *El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria*. Pàgines 183-199. [Consulta: 7 de novembre del 2010]. Disponible a:
<http://www.congresoperiodismo.com/pdf/libro.pdf>

- GALDÓN, Gabriel (coord.). *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A., 2001.

- GUAJARDO, Arnoldo. Periodisme tradicional vs. periodisme digital: el cas del diari El Universal. [En línia]. Santiago de Compostela: Ponencia presentada al II Congrés ONLINE – Observatori per a la Cibersocietat, 2006. [Consulta: 10 de novembre del 2010]. Disponible a:
<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?llengua=ca&id=119>

- LAMARCA LAPUENTE, María Jesús. *Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. [En línia]. Tesi de doctorat, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, 2006. [Consulta: 20 de novembre del 2010]. Disponible a:
<http://www.hipertexto.info>

- MARRERO SANTANA, Liliam. *El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido*. [En línia]. Revista Latina de Comunicación Social, 2008. [Consulta: 15 de novembre del 2010]. Vol. 63, p. 348-367. Disponible a:
http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html

- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso general de Redacción Periodística*. Madrid: Paraninfo, 2002.

- MASIP, Pere. *Internet a les redaccions. Informació diària i rutines periodístiques*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., 2008.

- OJDinteractiva. *Evolución Audiencia EL CONFIDENCIAL*. [En línia]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/evolucion-audiencia.php?id=52>

- OJDinteractiva. *Evolución Audiencia EL PLURAL*. [En línia]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/elplural-evolucion-audiencia/totales/anual/345>

- OJDinteractiva. *Evolución Audiencia E-NOTICIES*. [En línea]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/e-noticies-evolucion-audiencia/totales/anual/303>

- OJDinteractiva. *Evolución Audiencia VILAWEB*. [En línea]. Madrid, 2010. [Consulta 29 d'octubre del 2010]. Disponible a: <http://www.ojdinteractiva.es/vilaweb-evolucion-audiencia/totales/anual/119>

- SALAVERRÍA, Ramón. *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: *Comunicación Social Ediciones y Publicaciones*, 2005.

- SALAVERRÍA, Ramón. *Redacción periodística en Internet*. Navarra: EUNSA, S.A., 2005.

- VALERO SANCHO, José Luis. *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Col·lecció: *Aldea Global*, 2001. ISBN 84-490-2159-6.

- VILARIÑO, M^a Teresa; ABUÍN, Anxo. *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica*. Madrid: *Arco Libros*, 2006.

B) Bibliografía complementària:

- CABRERA, M^a Ángeles. *La prensa Online. Los periódicos en la WWW*. Barcelona: *CIMS*, 2000.

- FLORES, Jesús, i MIGUEL, Alberto. *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid: *Ediciones 2010, S.L.*, 2001.

- PARRA, David, i ÁLVAREZ, José. *Ciberperiodismo*. Madrid: *Editorial Síntesis, S.A.*, 2004.

Annex

Durant el mes que s'ha dut a terme l'estudi empíric que forma aquest Treball de Fi de Carrera s'han analitzat diàriament les notícies de la *homepage* de cada cibermitjà *pure player* seleccionat, tant les publicades entre setmana com les publicades durant els caps de setmana.

En el present annex, s'adjunten totes les taules que s'han utilitzat cada dia per classificar els enllaços trobats. Per a una major claredat, en primer terme apareixen totes les taules referents a les notícies analitzades entre setmana de cada ciberdiari i, en segon terme, totes les analitzades durant els caps de setmana.

Com es pot veure, les taules recopilen les següents dades: nom del cibermitjà, període i hora d'anàlisi (entre setmana o cap de setmana), dies analitzats, número de notícies analitzades per dia (cada fila horitzontal es correspon amb una notícia diferent) i número d'enllaços que té cadascuna de les notícies estudiades.

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades entre setmana a vilaweb.cat

VilaWeb	Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dilluns a divendres a partir de les 11:00h						
	Segons destí			Segons propòsit			
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
15/09/10	1	5	0	0	5	1	0
	2	3	1 (intern VilaTV)	0	3	3	0
	0	1	2 (intern VilaTV)	0	2	0	1
	0	4	0	0	4	0	0
	0	2	0	0	1	0	1
	0	2	1 (extern TV3)	0	2	0	1
	0	4	1 (intern VilaTV)	0	2	1	2
	2	2	0	0	3	2	0
	0	2	0	0	0	0	2
	5	8	0	0	12	0	1
	0	5	0	0	4	0	1
	3	4	0	0	3	0	4
0	3	0	0	0	0	3	
16/09/10	1	7	0	0	7	1	0
	0	4	0	0	4	0	0
	0	7	0	0	7	0	0
	1	5	0	0	5	1	0
	3	5	0	0	5	3	0
	1	28	1 (intern VilaTV)	0	29	1	0
	4	6	0	0	6	4	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
1	7	0	0	7	1	0	
0	2	0	0	1	0	1	
17/09/10	3	0	0	0	0	3	0
	3	2	0	0	2	3	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	4	0	0	4	2	0
	1	4	0	0	4	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	2	2 (intern VilaTV)	0	2	4	0
	2	3	0	0	3	2	0
	5	1	0	0	1	5	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	3	1 (intern VilaTV)	0	4	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	4	0	0	4	5	0
	4	0	0	0	0	4	0
	3	1	0	0	1	3	0
	5	1	0	0	1	5	0
	5	2	0	0	2	5	0
	5	1	0	0	1	5	0
6	0	0	0	0	6	0	
5	0	2 (intern VilaTV)	0	0	7	0	
20/09/10	2	5	0	0	5	2	0
	2	4	0	0	4	2	0
	3	4	0	0	4	3	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	5	0	0	5	0	0
	0	3	1 intern VilaTV)	0	4	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	3	0	0	3	0	0
	0	5	0	0	5	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	4	1 (intern VilaTV)	0	5	0	0
	2	2	0	0	2	2	0

	0	5	0	0	5	0	0
	2	3	0	0	3	2	0
	0	3	0	0	3	0	0
	0	5	0	0	5	0	0
	1	4	1 (intern VilaTV)	0	5	1	0
	0	5	0	0	5	0	0
	0	7	0	0	7	0	0
	1	4	0	0	4	1	0
21/09/10	0	4	0	0	4	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	4	2	0	0	2	4	0
	1	5	0	0	5	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	4	1	0	0	1	4	0
	2	3	0	0	3	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	4	5	0	0	5	4	0
	0	4	0	0	4	0	0
	0	4	0	0	4	0	0
	0	5	0	0	5	0	0
	1	5	0	0	5	1	0
2	5	0	0	5	2	0	
1	3	0	0	3	1	0	
1	5	0	0	5	1	0	
22/09/10	0	4	1 (intern VilaTV)	0	5	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	4	0	0	4	0	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	5	0	0	5	2	0
	3	6	0	0	6	3	0
	0	4	0	0	4	0	0
	1	7	0	0	7	1	0
	1	3	1 (intern VilaTV)	0	4	1	0
	0	4	0	0	4	0	0
	4	4	0	0	4	4	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	3	0	0	3	0	0
	0	5	0	0	5	0	0
	1	6	0	0	6	1	0
	0	4	0	0	4	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
3	3	0	0	3	3	0	
0	3	0	0	3	0	0	
2	3	0	0	3	2	0	
0	3	0	0	3	0	0	
1	2	0	0	2	1	0	
1	2	0	0	2	1	0	
23/09/10	4	0	0	0	0	4	0
	3	2	0	0	2	3	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	4	0	0	4	2	0
	1	4	0	0	4	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	5	1	0	0	1	5	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	3	1 (intern VilaTV)	0	4	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	4	0	0	4	5	0
	4	0	0	0	0	4	0
	3	1	0	0	1	3	0
	5	1	0	0	1	5	0
	5	5	0	0	2	5	0
5	1	0	0	1	5	0	
24/09/10	1	4	1 (intern VilaTV)	0	5	1	0
	0	4	0	0	4	0	0
	0	5	0	0	5	0	0

	0	5	0	0	5	0	0
	0	4	0	0	4	0	0
	0	7	1 (intern VilaTV)	0	8	0	0
	2	3	0	0	3	2	0
	0	4	0	0	4	0	0
	1	9	0	0	9	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	3	0	0	3	0	0
	1	4	0	0	4	1	0
	0	5	0	0	5	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	3	0	0	3	1	0
27/09/10	2	5	0	0	2	5	0
	0	5	0	0	0	5	0
	2	4	0	0	2	2	2
	3	6	0	0	3	6	0
	1	2	0	0	1	2	0
	0	3	0	0	0	3	0
	1	2	0	0	1	2	0
	3	4	0	0	3	4	0
	0	4	0	0	0	4	0
	0	3	0	0	0	3	0
	3	2	0	0	3	0	2
	0	6	0	0	0	6	0
	0	4	0	0	0	4	0
	0	7	0	0	0	7	0
	2	1	0	0	2	1	0
	4	2	0	0	4	0	2
	0	3	0	0	0	3	0
0	3	0	0	0	3	0	
28/09/10	1	3	0	0	1	3	0
	1	8	0	0	8	1	0
	2	4	0	0	4	2	0
	3	3	0	0	3	3	0
	2	5	0	0	5	2	0
	0	6	0	0	6	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	7	0	0	7	0	0
	0	3	0	0	3	0	0
	1	2	0	0	2	0	2
	1	0	1 (intern VilaTV)	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	8	0	0	8	3	0
	3	4	0	0	4	3	0
	2	6	0	0	6	2	0
	0	5	0	0	5	0	0
	2	5	0	0	5	2	0
4	0	1 (intern VilaTV)	0	0	4	1	
1	2	0	0	2	1	0	
1	6	0	0	6	1	0	
4	0	0	0	0	4	0	
29/09/10	4	0	0	0	0	4	0
	3	2	0	0	2	3	0
	3	2	0	0	2	3	0
	1	3	0	0	3	1	0
	1	4	0	0	4	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	5	1	0	0	1	5	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	3	1 (intern VilaTV)	0	4	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	4	0	0	4	5	0
	4	0	0	0	0	4	0
3	1	0	0	1	3	0	
5	1	0	0	1	5	0	
4	2	0	0	2	4	0	
5	1	0	0	1	5	0	
30/09/10	0	7	0	0	7	0	0
	0	6	0	0	6	0	0

	0	7	0	0	7	0	0
	3	3	0	0	3	3	0
	2	4	0	0	4	2	0
	1	6	0	0	6	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	4	0	0	4	0	0
	2	9	0	0	8	2	1
	0	6	0	0	6	0	0
	3	7	0	0	7	3	0
	4	3	0	0	3	4	0
	3	6	0	0	6	3	0
	0	3	1 (intern VilaTV)	0	4	0	0
	0	3	1 (intern VilaTV)	0	4	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	4	0	0	0	2	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	3	2	0	0	2	3	0
	3	4	0	0	2	3	2
	1	4	1 (intern VilaTV)	0	5	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	8	2	0	0	8	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	1	0	0	0	5	1
	9	0	0	0	0	9	0
	3	3	0	0	3	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	4	0	0	2	5	2
	4	0	1 (intern VilaTV)	0	1	4	0
	3	1	0	0	1	3	0
	5	1	0	0	1	5	0
	5	2	0	0	2	5	0
	5	1	0	0	1	5	0
	0	7	0	0	7	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	4	0	0	4	2	0
	1	5	0	0	5	1	0
	1	5	0	0	5	1	0
	3	4	0	0	4	3	0
	2	3	0	0	3	2	0
	0	5	1 (intern VilaTV)	0	6	0	0
	0	6	0	0	6	0	0
	1	8	0	0	8	1	0
	1	3	0	0	3	1	0
	1	3	0	0	3	1	0
	2	3	0	0	3	2	0
	3	6	0	0	6	3	0
	4	5	0	0	5	4	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	4	0	0	4	2	0
	3	2	0	0	2	3	0
	1	8	0	0	8	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	1	0	0	1	5	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	3	1 (intern VilaTV)	0	4	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	4	0	0	4	5	0
	4	0	0	0	0	4	0
	3	1	0	0	1	3	0
	5	1	0	0	1	5	0
	5	2	0	0	2	5	0
	5	1	0	0	1	5	0
	4	0	0	0	0	4	0
	3	2	0	0	2	3	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	4	0	0	4	2	0
	1	4	0	0	4	1	0
	3	2	0	0	2	3	0

	5	2	0	0	2	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	3	6	0	0	6	3	0
	2	6	0	0	6	2	0
	4	4	0	0	4	4	0
	3	2	0	0	2	3	0
	3	3	0	0	3	3	0
	5	2	0	0	2	5	0
	3	2	1(intern VilaTV)	0	3	3	0
	1	4	0	0	4	1	0
	1	7	0	0	7	1	0
06/10/10	1	4	0	0	4	1	0
	1	6	0	0	6	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	4	0	0	4	3	0
	0	4	0	0	4	0	0
	2	5	0	0	5	2	0
	1	5	0	0	5	1	0
	0	2	1(intern VilaTV)	0	3	0	0
	0	7	0	0	7	0	0
	2	6	0	0	6	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	7	0	0	7	3	0
	2	5	0	0	5	2	0
	0	4	0	0	4	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	4	8	0	0	8	4	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	3	0	0	3	2	0
	0	2	1(intern VilaTV)	0	3	0	0
07/10/10	1	3	0	0	3	1	0
	0	6	0	0	6	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	10	0	0	10	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	4	6	0	0	6	4	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	2	0	0	2	1	0
	0	4	0	0	4	0	0
	2	1	0	0	1	2	1
	0	3	0	0	3	0	0
	0	2	1(intern VilaTV)	0	1	2	0
	1	4	0	0	1	4	0
	1	7	0	0	1	7	0
	2	4	0	0	2	4	0
	3	6	0	0	3	6	0
	3	3	0	0	3	3	0
	2	1	0	0	2	1	0
	0	2	1(intern VilaTV)	0	1	2	0
	3	4	0	0	3	4	0
	0	4	0	0	0	4	0
08/10/10	1	8	0	0	1	8	0
	1	3	0	0	1	3	0
	4	3	0	0	4	3	0
	0	3	0	0	0	3	0
	2	6	0	0	2	6	0
	7	5	0	0	4	5	0
	0	4	0	0	0	4	0
	0	5	0	0	0	5	0
	1	4	0	0	1	4	0
	0	6	0	0	0	6	0
	2	3	0	0	2	3	0
	3	3	1(intern VilaTV)	0	4	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	4	0	0	4	5	0
11/10/10	4	0	0	0	0	4	0
	2	1	0	0	1	2	0
	5	1	0	0	1	5	0
	5	4	0	0	4	5	0

	5	1	0	0	1	5	0
	4	0	0	0	0	4	0
	3	2	0	0	2	3	0
	3	2	0	0	2	3	0
	4	4	0	0	4	4	0
	1	4	0	0	4	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	5	1	0	0	1	5	0
	4	1	0	0	1	4	0
12/10/10	2	2	0	0	2	2	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	4	1 (intern VilaTV)	0	5	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	5	0	0	5	0	0
	2	3	0	0	3	2	0
	0	3	0	0	3	0	0
	0	5	0	0	5	0	0
	1	4	0	0	4	1	0
	0	5	0	0	5	0	0
	0	7	0	0	7	0	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	5	0	0	5	2	0
	2	4	0	0	4	2	0
	3	4	0	0	4	3	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	5	0	0	5	0	0
	0	3	1 (intern VilaTV)	0	4	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
0	3	0	0	3	0	0	
0	5	0	0	5	0	0	
13/10/10	2	6	0	0	6	2	0
	3	6	0	0	6	3	0
	0	3	0	0	3	0	0
	3	5	0	0	5	3	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	4	0	0	4	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	0	4	0	0	4	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
	4	2	0	0	2	4	0
	3	2	0	0	2	3	0
	0	8	0	0	8	0	0
	2	8	0	0	8	2	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	7	0	0	7	2	0
	0	7	0	0	7	0	0
	0	6	1 (intern VilaTV)	0	7	0	0
2	2	0	0	2	2	0	
1	8	0	0	8	1	0	
3	3	0	0	3	3	0	
0	11	0	0	11	0	0	
1	2	0	0	2	1	0	
14/10/10	8	0	0	0	8	0	0
	3	3	0	0	3	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	5	4	0	0	2	5	2
	4	0	1 (intern VilaTV)	0	1	4	0
	3	1	0	0	1	3	0
	5	1	0	0	1	5	0
	5	2	0	0	2	5	0
	5	1	0	0	1	5	0
	2	7	0	0	7	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	4	1	0	0	3	2	0
2	2	0	0	2	2	0	

	3	2	0	0	2	3	0
	3	4	0	0	2	3	2
	1	4	1 (internVilaTV)	0	5	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	8	2	0	0	8	2	0
	2	5	0	0	2	2	0
	5	1	0	0	0	5	1
	4	6	0	0	6	4	0
15/10/10	4	4	0	0	4	4	0
	4	7	0	0	7	4	0
	3	3	0	0	2	3	1
	5	4	0	0	4	5	0
	4	4	0	0	4	4	0
	4	4	0	0	4	4	0
	4	3	0	0	3	4	0
	3	5	0	0	5	3	0
	5	6	0	0	6	5	0
	4	4	0	0	4	4	0
	4	3	0	0	1	4	2
	4	3	0	0	3	4	0
	3	3	0	0	3	3	0
	5	4	0	0	4	5	0
	4	4	0	0	4	4	0
	4	4	0	0	4	4	0
	4	3	0	0	3	4	0
	3	5	0	0	5	3	0
	5	4	0	0	4	5	0
	4	1	1 (internVilaTV)	0	2	4	0
	4	2	0	0	2	4	0
	4	3	0	0	3	4	0

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades entre setmana a e-noticies.cat

E-notícies	Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dilluns a divendres a partir de les 11:00h						
	Segons destí			Segons propòsit			
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
15/09/10	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
16/09/10	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
17/09/10	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	1	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	1	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	

20/09/10	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	1	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	2	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	1	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	1	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
21/09/10	1	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	1	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
22/09/10	2	0	1	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	1	0	1	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	1	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	0	0	
23/09/10	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0

	0	1	0	1	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	1	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
24/09/10	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	0	1	1
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0

	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	1	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
29/09/10	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	1	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	1	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
0	0	0	0	0	0	0	
30/09/10	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
1	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
2	1	0	0	1	2	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	1	0	0	1	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
2	1	0	0	1	2	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
04/10/10	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	0	0	0	0	1	0

	1	1	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	2	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	1	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	1	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	1
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	0	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0

	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	1	0	2	0	0
	0	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	1	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
13/10/10	1	0	0	0	0	1	0

	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	1	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	1	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades entre setmana a elplural.com

Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dilluns a divendres a partir de les 11:00h							
Segons destí				Segons propòsit			
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
15/09/10	2	0	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	0	2
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	2	0	0	0	0	0	2
16/09/10	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
17/09/10	1	0	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	2	0	0	
0	1	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	1	0	0	

	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	1	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
20/09/10	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	1	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
21/09/10	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
22/09/10	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0

	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	4	0	0	0	0	4	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
23/09/10	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	0	1	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	1	0	
24/09/10	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
1	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
27/09/10	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	3	2	0	0	2	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
2	0	0	0	0	2	0	
0	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
28/09/10	0	3	0	0	3	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0

	0	2	0	0	2	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	2	0	0	2	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
29/09/10	1	1	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	4	0	0	0	0	4	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	0	1	1
	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
01/10/10	0	0	0	0	0	0	0

	2	0	0	0	0	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	2	0	0	0	2	2
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
04/10/10	3	1	0	0	1	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	1	0	0	0	3	1
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	2	0	0
	4	1	0	0	0	4	1
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	1	0	0	0	2	1

	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	4	0	0	0	0	4	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
07/10/10	3	1	0	0	1	3	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	1	0	0	1	3	0
	5	0	0	0	0	5	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	0	1	
0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	
08/10/10	4	0	0	0	0	4	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	4	1	0	0	1	4	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
0	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
3	0	0	0	0	3	0	
0	2	0	0	2	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
1	1	0	0	2	0	0	
2	0	0	0	2	0	0	
1	0	0	0	1	0	0	
3	0	0	0	2	1	0	
2	0	0	0	2	0	0	
1	0	0	0	1	0	0	
2	0	0	0	2	0	0	
0	1	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	1	0	0	1	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
3	0	0	0	0	3	0	

	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	4	0	0	0	0	4	0
	1	0	0	0	0	1	0
12/10/10							
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	1	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
14/10/10							
	0	1	0	0	1	0	0

	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	0	1	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
15/10/10	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	1	0	0	1	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	0	2	1
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	1	0	0	

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades entre setmana a elconfidencial.com

EI Confidencial	Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dilluns a divendres a partir de les 11:00h						
	Segons destí			Segons propòsit			
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
15/09/10	2	1	0	0	2	0	1
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	1	0	3	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	1	0	0	0	2	1
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	1	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
16/09/10	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
1	0	0	0	0	1	0	
17/09/10	0	1	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	1	1	0
	1	2	0	0	1	1	1
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	3	0	0	2	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0

	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	0	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
20/09/10	0	2	0	0	2	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	1	1	1
	0	1	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	3	0	0	2	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
22/09/10	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0

	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	3	0	0	3	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	2	0	0	1	3	1
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	0	1	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	0	0	1
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	1	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	2	0	0	2	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	3	0	0	3	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	4	0	0	0	0	4	0

	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
28/09/10	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	0	1	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	0	0	1
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	1	0	1
1	0	0	0	0	1	0	
29/09/10	0	1	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	1	1	1
	0	1	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	3	0	0	2	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
2	0	0	0	0	2	0	
0	0	0	0	0	0	0	
30/09/10	0	1	0	0	1	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	2	0	0	2	3	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	1	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
2	1	0	0	1	2	0	

	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
01/10/10	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	1	0	1
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	
04/10/10	3	1	0	0	0	3	1
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	3	0	0	3	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
0	2	0	0	2	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
2	0	0	0	0	2	0	
1	0	0	0	0	1	0	
05/10/10	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	1	1	1
	0	1	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
2	0	0	0	0	2	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	
0	3	0	0	2	0	1	
2	0	0	0	0	2	0	

06/10/10	3	0	0	0	0	3	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	1	0	0	0	1	1
	3	0	0	0	0	3	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	3	0	0	3	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	2	0	0	2	0	0
2	0	0	0	0	2	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	
2	1	0	0	1	2	0	
0	2	0	0	0	0	2	
1	1	0	0	1	1	0	
1	2	0	0	2	1	0	
1	1	0	0	1	1	0	
3	0	0	0	0	3	0	
0	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	0	0	1	
1	0	0	0	0	1	0	
0	2	0	0	2	0	0	
2	1	0	0	1	2	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	2	0	0	2	1	0	
1	1	0	0	1	1	0	
1	3	0	0	3	1	0	
2	0	0	0	0	2	0	
1	1	0	0	1	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	2	0	0	2	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	
3	0	0	0	0	3	0	
0	2	0	0	2	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	
2	0	0	0	0	2	0	
3	0	0	0	0	3	0	
1	1	0	0	1	1	0	
3	2	0	0	2	3	0	
4	0	0	0	0	4	0	
1	1	0	0	1	1	0	
0	3	0	0	3	0	0	
0	2	0	0	2	0	0	
0	1	0	0	0	0	1	
1	1	0	0	0	1	1	
0	1	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	
2	1	0	0	1	2	0	
0	0	0	0	0	0	0	
2	0	0	0	0	2	0	
3	0	0	0	0	3	0	
1	2	0	0	2	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	1	0	0	1	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
3	1	0	0	1	3	0	
0	1	0	0	1	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	

	2	0	0	0	0	2	0
	2	1	0	0	1	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	1	0	0	1	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	0	2	1
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	0	0	1
	3	0	0	0	0	3	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	3	0	0	2	0	1
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	0	0	0	0	0	0

	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	1	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	1	0	0	3	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	0	1	1
	1	1	0	0	1	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	2	0	0	0	2	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	3	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	1	0	0	2	1	0
	0	3	0	0	0	3	0
	1	0	0	1	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	1	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	2	0	1
	0	1	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	2	0	0

15/10/10

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades els caps de setmana a vilaweb.cat

VilaWeb	Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dissabte a diumenge a partir de les 11:00h						
	Segons destí			Segons propòsit			
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
18/09/10	0	3	0	0	1	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	4	2	0	0	3	1	0
	4	1	0	0	1	4	0
	2	3	0	0	3	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	2	1 (internVilaTV)	0	2	3	0
	1	5	0	0	5	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	3	0	0	3	3	0
	2	2	0	0	2	2	0
	4	5	0	0	5	4	0
	0	4	0	0	4	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	1	5	0	0	5	1	0
	2	5	0	0	5	2	0
	1	5	0	0	5	1	0
	0	6	0	0	6	0	0
	0	5	0	0	3	2	0
2	5	0	0	3	4	0	
19/09/10	0	5	0	0	5	0	0
	1	5	0	0	4	2	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	3	0	0	3	2	0
	3	2	0	0	2	3	0
	2	3	0	0	3	2	0
	3	5	0	0	5	3	0
	1	3	0	0	3	1	0
	0	3	0	0	3	0	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	6	0	0	6	2	0
	0	6	0	0	6	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	0	6	0	0	3	3	0
	0	4	0	0	3	1	0
	1	3	0	0	4	0	0
	1	5	0	0	5	1	0
25/09/10	2	3	1 (intern VilaTV)	0	3	3	0
	0	3	0	0	2	0	1
	0	4	0	0	4	0	0
	1	2	0	0	2	0	1
	0	2	0	0	2	0	0
	0	4	1 (intern VilaTV)	0	2	1	2
	2	3	0	0	3	2	0
	0	2	0	0	0	0	2
	5	8	0	0	12	0	1
	0	5	2 (intern VilaTV)	0	7	0	1
	3	4	0	0	3	0	4
	0	3	0	0	0	0	3
26/09/10	0	5	0	0	5	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	0	6	0	0	6	0	0
	0	4	0	0	4	0	0
	0	8	0	0	8	0	0
	2	2	0	0	2	2	0

	0	4	1 (intern VilaTV)	0	5	0	0
	2	5	0	0	5	2	0
	0	5	0	0	5	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	1	3	0	0	3	1	0
	0	5	0	0	5	0	0
	0	6	0	0	6	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	0	6	0	0	6	0	0
	2	8	0	0	8	2	0
	0	6	0	0	6	0	0
	3	8	0	0	8	3	0
	4	4	0	0	4	4	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	3	0	0	3	2	0
	1	9	0	0	9	1	0
	0	6	0	0	6	0	0
	3	2	0	0	2	3	0
	5	4	0	0	4	5	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	1	0	0	0	2	1
	0	3	0	0	3	0	0
	0	4	0	0	4	0	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	3	0	0	3	3	0
	0	3	0	0	3	0	0
	4	6	0	0	6	4	0
	0	5	0	0	5	0	0
	1	4	0	0	4	1	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	2	0	0	2	2	0
	1	8	0	0	8	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	3	5	0	0	5	3	0
	1	5	0	0	5	1	0
	1	4	0	0	4	1	0
	0	3	1 (intern VilaTV)	0	4	0	0
	2	5	0	0	5	2	0
	3	6	0	0	6	3	0
	0	8	0	0	8	0	0
	0	3	0	0	1	0	2
	2	4	0	0	4	2	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	10	0	0	10	2	0
	2	3	0	0	3	2	0
	4	6	0	0	6	4	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	2	0	0	2	1	0
	0	4	0	0	4	0	0
	2	1	0	0	1	2	1
	0	3	0	0	3	0	0
	3	7	0	0	7	3	0
	2	5	0	0	5	2	0
	0	4	0	0	4	0	0
	2	4	0	0	4	2	0
	4	8	0	0	8	4	0
	1	4	0	0	4	1	0
	2	3	0	0	3	2	0
	0	2	1 (intern VilaTV)	0	3	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	0	6	0	0	6	0	0
	0	5	0	0	5	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
	2	4	0	0	4	2	0

0	4	0	0	4	0	0
2	2	0	0	2	2	0
0	5	0	0	5	0	0
2	3	0	0	3	2	0
0	3	0	0	3	0	0
0	5	0	0	5	0	0
1	4	1 (intern VilaTV)	0	5	1	0
0	5	0	0	5	0	0
0	7	0	0	7	0	0
1	4	0	0	4	1	0
2	5	0	0	5	2	0
2	4	0	0	4	2	0
3	4	0	0	4	3	0
0	3	0	0	3	0	0
2	4	0	0	4	2	0
0	5	0	0	5	0	0
0	3	1 intern VilaTV)	0	4	0	0
2	2	0	0	2	2	0
0	3	0	0	3	0	0

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades els caps de setmana a e-noticies.cat

E-notícies	Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dissabte a diumenge a partir de les 11:00h							
	Segons destí			Segons propòsit				
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit	
18/09/10	1	1	0	0	1	1	0	
	0	1	0	0	1	0	0	
	0	1	0	0	0	1	0	
	0	1	0	0	1	0	0	
	0	1	0	0	0	1	0	
	0	1	0	0	1	0	0	
	0	0	0	0	0	0	0	
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	1	0	0	
19/09/10	1	0	0	0	0	1	0	
	0	1	0	1	0	0	0	
	0	0	0	0	0	0	0	
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	0	2	0
0	0	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	0	1	0	0	
25/09/10	1	1	0	0	1	1	0	
	1	0	0	0	0	1	0	
	1	0	0	0	1	0	0	
	0	1	1	0	2	0	0	
	1	0	0	0	0	1	0	
	0	0	0	0	0	0	0	
	0	1	0	0	1	0	0	
	1	0	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0	
	2	0	1	0	1	2	0	
	0	0	0	0	0	0	0	
	1	1	0	0	1	1	0	
1	0	0	0	0	1	0		
0	0	0	0	0	0	0		

	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
26/09/10	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	1	0
	1	1	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	1	0	0
1	1	0	0	0	1	0	
02/10/10	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	1	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	
2	2	0	0	1	2	1	
0	0	0	0	0	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
03/10/10	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
09/10/10	0	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	0	1	0
2	0	0	0	1	0	0	

	0	1	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	0	0	1
	2	0	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
10/10/10	2	0	0	0	0	2	2
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades els caps de setmana a elplural.com

El Plural	Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dissabte a diumenge a partir de les 11:00h						
	Segons destí			Segons propòsit			
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
18/09/10	1	0	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	2	0	0	0	2	1
	2	0	0	0	1	0	1
	2	0	0	0	0	0	2
	3	0	0	0	0	0	3
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	1
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	1	1
	0	2	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	0	2
	0	2	0	0	0	2	0
1	0	0	0	0	0	1	
0	1	0	0	0	1	0	
2	0	0	0	0	0	2	
0	1	0	0	0	0	1	
19/09/10	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	0	1	1
	2	0	0	0	0	0	2
	1	0	0	0	0	0	1
	1	1	0	0	0	1	1
	3	0	0	0	0	0	3
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	0	1	1
	2	0	0	0	0	0	2
	2	0	0	0	0	1	1
	1	0	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	1
0	1	0	0	0	1	0	
25/09/10	2	0	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	0	2
	2	0	0	0	0	0	2
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	0	1
	0	1	0	0	0	0	1
26/09/10	0	1	0	0	0	0	1
	2	0	0	0	0	2	0
	2	1	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0

	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	2	0	0	2	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	4	0	0	0	0	4	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	0	3	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	3	0	0	0	3	0	0
	2	1	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	2	0	0	3	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	2	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	4	0	0	0	4	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	1	0	0	1	3	0

	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	1	2	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	5	0	0	0	0	5	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	3	1	0	0	1	3	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	0	0	0	0	0	0	0
10/10/10	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	0	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	2	2	0	0	2	2	0
	4	0	0	0	0	4	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0

Classificació dels enllaços trobats a les notícies publicades els caps de setmana a elconfidencial.com

EI Confidencial	Anàlisi hipertextual de les notícies de la Homepage de dissabte a diumenge a partir de les 11:00h						
	Segons destí			Segons propòsit			
Dia	Intern	Extern	De connexió entre aplicacions	Estructural jeràrquic	Estructural semàntic	Explícit	Implícit
18/09/10	2	1	0	0	2	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	1	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	3	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	2	0	0	2	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
2	0	0	0	0	2	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	1	0	0	1	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
1	1	0	0	1	1	0	
2	0	0	0	0	2	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
1	2	0	0	0	1	1	
2	0	0	0	0	2	0	
1	1	0	0	1	1	0	
2	0	0	0	0	2	0	
0	1	0	0	1	0	0	
2	1	0	0	1	2	0	
0	1	0	0	1	0	0	
2	0	0	0	2	2	0	
0	2	0	0	1	0	1	
1	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	0	0	1	
0	1	0	0	1	0	0	
2	0	0	0	1	1	0	
1	2	0	0	1	1	1	
0	2	0	0	2	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	
0	3	0	0	2	0	1	
2	0	0	0	0	2	0	
1	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	

	0	2	0	0	2	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	0	0	0	2	1	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	4	1	0	0	2	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
26/09/10	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	3	0	0	3	2	0
	3	2	0	0	2	3	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	2	0	0	2	0	0	
0	1	0	0	1	0	0	
1	1	0	0	1	1	0	
02/10/10	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	3	1	0	0	1	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	3	0	0	3	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	4	0	0	0	0	4	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	3	0	0	3	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	1	0	0	
1	1	0	0	1	1	0	
0	0	0	0	0	0	0	
0	2	0	0	2	0	0	
2	0	0	0	0	2	0	
03/10/10	1	2	0	0	2	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
1	3	0	0	3	1	0	
1	0	0	0	0	1	0	
3	0	0	0	0	3	0	

	2	2	0	0	2	2	0
	2	1	0	0	1	2	0
	1	0	0	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	1	0	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
09/10/10	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	0	0	1
	1	1	0	0	0	1	1
	0	1	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	1	0	0	1	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	2	0	0	2	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	3	0	0	0	0	3	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	2	0	0	2	3	0
	4	0	0	0	0	4	0
1	1	0	0	1	1	0	
0	3	0	0	3	0	0	
0	2	0	0	2	0	0	
10/10/10	0	1	0	0	1	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	0	0	0	0	1	0
	0	2	0	0	2	0	0
	0	2	0	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	1	0
	1	1	0	0	1	1	0
	3	0	0	0	0	3	0
3	0	0	0	0	3	0	
2	1	0	0	1	2	0	