

Utilización de elementos hipertextuales en el ciberperiodismo mexicano

The use of hypertextual elements in Mexican cyberjournalism

Arturo Barrios Puga, Universidad Autónoma de Tamaulipas - abarrios@uat.edu.mx

Resumen

Se presentan los resultados de una investigación realizada con el objetivo de describir las condiciones de operación de los periódicos en línea mexicanos; el universo localizado fue de 415 periódicos impresos con versión electrónica, con una muestra representativa analizada de 186. Dada la aleatoriedad de la selección, el conjunto está conformado por sitios periodísticos de todas las regiones del país. El hipertexto ofrece a los cibermedios posibilidades narrativas y de contextualización de la información impensables en el ambiente analógico, por lo que determinar el nivel de uso de esa herramienta permite tener una visión concreta de la realidad del ciberperiodismo nacional. Por ello, uno de los aspectos de la investigación se centró en la utilización de esas potencialidades informativas y narrativas, encontrándose que una gran parte de los cibermedios observados no aprovecha en forma eficiente las ventajas que los enlaces y las estructuras hipertextuales brindan a los medios en línea para ofrecer a sus lectores productos informativos con mayor amplitud y profundidad, desestimando, por consiguiente, los beneficios de su presencia en el ciberespacio.

Palabras clave

Ciberperiodismo, México, Hipertexto

Sumario

1. Introducción. 2. El hipertexto, ente transformador del lenguaje periodístico. 3. Metodología. 4. Resultados. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

1. Introducción

El ciberperiodismo mexicano está muy cerca de cumplir veinte años de existencia. En febrero de 1995 surgieron los primeros esfuerzos por colocar en la red productos noticiosos basados en periódicos impresos. La trayectoria es por tanto extensa ya. Desde entonces y a la fecha, han sido pocos los textos académicos que han analizado la evolución y desempeño de los medios mexicanos en línea. Con esta premisa, se emprendió un proyecto de investigación que permitiera visualizar y comprender al menos en términos generales el panorama actual de los periódicos digitales nacionales, con fines de una tesis doctoral.

El hipertexto, junto con la multimedia, la interactividad y la actualización constante de contenidos, han sido identificados como los elementos que soportan al periodismo basado en internet. La hipertextualidad concretamente ha revelado para los medios informativos en línea todo un amplio panorama de posibilidades expresivas y narrativas, las que hasta ahora son explotadas de manera bastante desigual; el nivel de utilización que alcanza un cibermedio pone en evidencia el compromiso con el que ha asumido su presencia en la red.

Las herramientas hipertextuales permiten al periodista ofrecer a sus lectores productos con características tales que es muy factible alcanzar el objetivo de informar amplia y profundamente sobre hechos específicos, posibilitando la contextualización y la interactividad de manera sencilla e instantánea.

Por todo ello, uno de los aspectos de la investigación se centró en los esquemas mediante los cuales los periódicos digitales mexicanos utilizan las herramientas hipertextuales, considerando que su mayor o menor explotación tiene una incidencia directa en la eficiencia con la que se informa a los lectores, quienes al contar con más herramientas de este tipo pueden tener acceso a información de más calidad.

El ciberperiodismo mexicano, de acuerdo a los datos recabados durante la observación, no ha hecho hasta ahora una explotación generalizada de las bondades del hipertexto para poner a la disposición de sus lectores productos informativos más completos; en muchos casos su aplicación es apenas básica, con lo que se desestiman las oportunidades de operar en el ciberespacio.

2. El hipertexto, ente transformador del lenguaje periodístico

El proceso mediante el cual el periodismo ha transitado del soporte impreso al electrónico acarrea necesariamente grandes modificaciones en la práctica del oficio informativo; muchas reglas que habían permanecido inmutables durante decenios se han visto radicalmente transformadas, cuando no desechadas; el propio periodismo como servicio a la sociedad ha replanteado sus alcances. Esta sacudida se ha dado en casi todas las áreas de la profesión, que van desde los métodos para la recogida de datos hasta los canales mediante los que se hace llegar el producto final a los lectores, pasando por supuesto por puntos intermedios, tales como los esquemas mediante los que se presentan las noticias a las audiencias. (Díaz Noci y Salaverría, 2003:15).

En este sentido, las principales características que dan una identidad a los cibermedios han sido ya señaladas por diversos autores; son aquellas imposibles de aplicar en otros soportes. López (2008:50-51) describe a la hipertextualidad, a la multimedia, la interactividad y la actualización continua de la información como los elementos definitorios del periódico digital, con lo que obtiene una posición propia en la clasificación de los medios de comunicación. La aplicación de estas cuatro herramientas existentes solo en el entorno en línea son las que han permitido al ciberperiodismo alcanzar la personalidad y el sitio que posee en el mercado mediático de principios de siglo.

Álvarez Marcos (2003:243) conviene con López en señalar a estos cuatro elementos como fundamentales para la operación del ciberperiodismo, agregándole solamente el concepto de universalidad, el que implica que gracias a la red, el medio electrónico se encuentra prácticamente al alcance de cualquier persona en todo el mundo, incluso con dos matices: el acceso es instantáneo y la distancia no es factor de relevancia; los inconvenientes se centran más bien en la posibilidad de tener acceso a la red y la velocidad con la que se cuenta en la conexión.

Estas cualidades del ciberperiodismo están generando un nuevo lenguaje periodístico, según Salaverría (2005:26); el hipertexto, la interactividad y la multimedia lo definen, indica este autor, por lo que el periodista actual debe manejarlos adecuadamente para considerarse eficiente. Profundizando en este punto, y al referirse a los alcances narrativos con los que ahora se cuenta, Pavlik (2005:17) afirma que se dan renovados tratamientos a los contenidos, lo que ofrece la posibilidad de transmitir la información de una manera "...contextualizada y navegable. Los relatos abarcan un abanico más amplio de modalidades comunicativas (por ejemplo, texto, imágenes, vídeo y gráficos); una escritura no lineal o hipermedia (es decir, los enlaces); una extraordinaria personalización y una mayor participación de la audiencia". A esta nueva modalidad, Pavlik la llama "periodismo contextualizado (2005:25) añadiendo que sus rasgos principales son "la amplitud de las modalidades comunicativas; el hipermedia; una participación cada vez mayor de la audiencia; unos contenidos dinámicos; y la personalización".

Por supuesto, el hipertexto es, dentro del conjunto de las cuatro características fundamentales del ciberperiodismo, la que mayores efectos ha tenido en los estilos de narración periodística, dadas las opciones que ofrece al periodista para presentar sus textos con mayor amplitud y profundidad mediante el uso de los enlaces. Estas conexiones entre los textos permiten al lector elegir con absoluta independencia su camino al absorber los productos informativos, determinando por sí mismo los itinerarios, orden de lectura y tiempo dedicado a cada pieza.

Todo medio noticioso existente en internet tiene ahora como prioridad ajustar sus contenidos a las estructuras hipertextuales que se han determinado para ese cibermedio, renovando necesariamente el esquema que tradicionalmente se tenía para el soporte impreso. El hipertexto rompe un paradigma arraigado durante siglos: el de la lectura secuencial, lineal, mediante el que se construían los textos. La humanidad siguió durante siglos este esquema previamente definido por los autores de los textos para cualquier tarea de lectura; los enlaces permiten otros caminos y ahora los documentos pueden ser abordados desde múltiples perspectivas, permitiendo por lo tanto que un mismo texto genere experiencias distintas a lectores que lo consumen en sentidos diversos en función del punto de entrada, la ruta seguida o la salida del mismo.

El hipertexto es definido por Landow (1995:15) como “un texto compuesto de fragmentos de texto -lo que Barthes denomina *lexias*—y los nexos electrónicos que los conectan entre sí”. En cuanto al término hipermedia, este mismo autor indica que se trata de textos hipertextuales que están compuestos también por multimedia, es decir información visual, sonora o incluso animaciones.

El propio Landow enfatiza que la mayor trascendencia del hipertexto reside precisamente en facilitar secuencias diversas de lectura de un mismo texto.

A medida que el lector se mueve por una red de textos, desplaza constantemente el centro, y por lo tanto el enfoque o principio organizador de su investigación y experiencia. En otras palabras, el hipertexto proporciona un sistema que puede centrarse una y otra vez y cuyo centro de atención provisional depende del lector, que se convierte así en un verdadero lector activo, en un sentido nuevo de la palabra.(Landow,1995:24).

Los alcances del hipertexto para efectos de comunicación son múltiples, Scolari (2008:217) considera que los más importantes son:

- La estructura reticular, descentrada de los contenidos
- La lectura no secuencial
- La interactividad entre el usuario y el sistema
- La redefinición de los roles de autor y lector.

Esta cuestión referente al papel de autor y lector han sido analizados también ampliamente en textos académicos, pues el primero pierde el privilegio de una “...única voz tiránica. Más bien, la voz siempre es la que emana de la experiencia combinada del enfoque del momento, de la *lexia* que uno está leyendo y de la narrativa en perpetua formación según el propio trayecto de lectura” (Landow, 2009:23).

Siguiendo con esta postura, Landow llega incluso a proponer que en los documentos hipertextuales cambia el concepto de lector, y éste se convierte en un autor gracias a su papel activo al momento de decidir los trayectos y duración de la lectura, pues gracias a esta selección “la persona que lee puede asumir la función de autor y añadir nexos u otros textos al que está leyendo. Así, el uso del término lector, como hacen algunos sistemas informáticos en sus mensajes al usuario, tampoco parece apropiado”. (Landow, 1995:59).

Díaz Noci y Salaverría (2003:95) igualmente consideran que en este nuevo entorno, el lector asume un protagonismo en el proceso mediante el cual absorbe la información; “la recuperación de información hipertextual se produce mediante la toma de decisiones por parte del lector, que seguirá así su propio camino. Dicho de otra manera, construirá su propia secuencia a partir de las diferentes *lexias*”.

Incluso, García de Torres y Pou Américo (2003:75) proponen que el hipertexto le da una tercera dimensión a la información, que va más allá de la extensión y la temporalidad, pues ahora se ahonda en la narración: “la información hipertextual añade una tercera dimensión con la profundidad de sus informaciones y con los diferentes trayectos que esa profundidad puede presentar”.

Por ello, los documentos hipertextuales no pueden ser leídos con el esquema lineal que ha imperado hasta ahora, de acuerdo con Salaverría y Sancho (2007:208-209); el método de lectura en línea, señalan estos autores, consiste en hacer primeramente un recorrido visual por la página, lo que implica absorber solo fragmentos seleccionados en forma aleatoria por el lector de acuerdo a sus puntos de interés, premisa básica del empoderamiento del que ahora disfruta la audiencia de los medios digitales en su interacción con los documentos basados en hipertextos.

En un análisis desde la perspectiva periodística, Edo (2009:37) concuerda con esta premisa, afirmando que es el lector quien “elige cómo quiere enterarse del contenido que le ofrecen los medios, el que decide la trayectoria y el orden que quiere seguir en un mensaje, o un conjunto de mensajes, separados en capas por las que se puede navegar”; la disposición adecuada de las capas es, para esta autora, incluso más importante que el diseño mismo de la página web del cibermedio.

Salaverría (2005:31) indica que el ordenamiento de los enlaces debe hacerse con la finalidad de que sean perfectamente entendibles y no propicien confusión alguna al momento de seguirlos; a la capacidad que el periodista tenga de colocarlos correctamente, la denomina *lingüística*, y la compara con la que todo redactor debe tener para manejar adecuadamente la gramática y la sintaxis.

La importancia de seleccionar adecuadamente la estructura hipertextual a utilizar por el cibermedios es resaltada por Díaz Noci y Salaverría (2003:133), quienes señalan que “toda nueva estructura debe ser fabricada a partir de una macroestructura bien definida”, pretendiendo por supuesto con ello generar un discurso que sea coherente con los objetivos informativos.

En términos generales se puede afirmar que la hipertextualidad es el elemento del ciberperiodismo que mayor impacto ha tenido en las formas de narración periodística en la red, las que han evolucionado notoriamente, García de Torres y Pou Américo (2003:74) indican que esta nueva narrativa “se desarrolla hasta cotas no alcanzadas antes, ya que puede decirse que la profundidad de esos hipervínculos carece prácticamente de límites”.

La aplicación del hipertexto incide sobremanera en el esquema que por decenios dominó en el periodismo, el que indicaba que toda narración debía tener un arranque, un desarrollo y un final muy definidos; esto se debe sobre todo a que ahora la lectura puede iniciarse desde cualquiera de los nodos hipertextuales. Todo esto, según Salaverría y Cores (2005:147) está transformando a los géneros: “La navegación hipertextual ayuda por tanto a difuminar los límites de los géneros periodísticos clásicos”, afirman.

Incluso, según Álvarez Marcos (2003:239), el hipertexto está necesariamente modificando a los géneros periodísticos que se ejercen en la red, propiciando nuevas fórmulas narrativas que también son bastante flexibles a los cambios que cotidianamente se dan en Internet, por ello este autor considera que el periodista digital más allá de “un profundo conocimiento de los lenguajes de programación y diseño de

páginas web, deberá desarrollar una capacidad asociativa, adaptada al nuevo universo hipermedia” (Álvarez Marcos, 2003:240).

Un mensaje periodístico construido aprovechando las ventajas de las herramientas hipertextuales asume una identidad a la que López (2003:408) denomina poliédrica si es que aprovecha todas las ventajas que se ofrecen; los mensajes incluyen así “una narración que suma visiones, perspectivas, enfoques y elementos informativos de varios tipos –texto, sonido, imagen, bases de datos, programas ejecutables...- para una construcción final que podemos denominar poliédrica”.

Generar una sintaxis hipertextual adecuada es indispensable para alcanzar los objetivos que el cibermedio persigue, esta se logra si se enfatiza “la importancia de descomponer la información en bloques coherentes, entre los que se establecen relaciones, generando una sintaxis hipertextual que organice el contenido con pleno sentido” Larrondo (2008:170). Para alcanzar este objetivo, la misma autora considera que el periodista no solo debe dominar el aspecto tecnológico de esta narrativa, sino que “el aprendizaje y la práctica del hipertexto (...) requiere una asimilación retórica de su discurso, aprender cómo funciona para conocer los procesos empíricos de su interpretación por parte de los receptores”. (Larrondo, 2008:172).

3. Metodología

Como ya se mencionó, en este texto se presentan algunos de los resultados obtenidos durante la investigación que desarrolló el autor con motivo de su tesis doctoral. El análisis de los cibermedios noticiosos mexicanos en línea requería la determinación, en un primer momento, de las dimensiones del universo a estudiar. Una de las premisas al emprender esta tarea, fue la de integrar solamente a las versiones electrónicas de los diarios impresos mexicanos, dejando de lado a aquellos informativos que operaran solamente en la red. Esta decisión se tomó en base a tres consideraciones:

- a) Los periódicos impresos son los que tienen una marcada influencia en la conformación de la agenda informativa en México.
- b) Los medios informativos existentes solo en versión web han tenido trayectorias bastante volátiles, tanto en su periodo de vida, como en el enfoque de sus contenidos.
- c) Los impresos mexicanos han trasladado a la red su prestigio informativo, con lo que se han convertido en referentes en el mercado noticioso nacional.

Con esta base, se llevó a cabo una extensa búsqueda en la red para identificar a los impresos que contaban con versión en línea. Para ello se utilizaron diversas herramientas, tales como el listado de medios de la Secretaría de Gobernación, denominado Padrón de Medios Impresos (disponible en <http://pnmi.segob.gob.mx/>). Asimismo, se consultaron diversos listados de medios impresos existentes en la red, tales como Prensa Escrita (<http://www.prensaescrita.com/>), Abyz News Links (<http://www.abyznewslinks.com/mexices.htm>) y kiosko.net (<http://kiosko.net/mx/>). Algunas páginas de los gobiernos de los estados mostraban datos que permitieron completar la relación.

La cifra total de versiones digitales de periódicos impresos mexicanos localizadas fue de 415. Un escrutinio de estos resultados arrojó que una cifra importante estaba conformada por sitios pertenecientes a dos fuertes cadenas de impresos mexicanos: la Organización Editorial Mexicana, que contaba con 43 sitios, y Milenio, con doce. Dado que todas las páginas de cada una de estas empresas muestran una estructura y manejo de elementos idéntica, se decidió separarlas del listado general y realizar un análisis específico de cada una de ellas, ya que considerarlas en lo individual sesgaría los resultados impidiendo mostrar la variedad existente en el ciberperiodismo mexicano.

Fue así que el universo a considerar para la tarea estaba conformado por 360 cibermedios mexicanos pertenecientes a periódicos impresos. Para obtener una muestra representativa de ellos, se utilizó el software estadístico denominado Stats, el que indicó que se debía observar a un total de 186 diarios en línea para obtener resultados que garantizaran un 95 por ciento de confiabilidad, con un margen de error del 5 por ciento.

Con el objetivo de garantizar una total aleatoriedad en la selección de los cibermedios que serían analizados, se dieron los siguientes pasos:

- 1.- Se elaboró un listado que incluía a los 360 sitios en una hoja de cálculo del software de hoja de cálculo Excel.
- 2.- Esta relación se ordenó alfabéticamente, asignando un número a cada uno de los diarios en línea.
- 3.- A este listado ya ordenado, se le aplicó una macro de Excel denominada “Lista de enteros aleatorios únicos”, la que permite seleccionar al azar a un número determinado de elementos, sin repetir ninguno. Esta herramienta se encuentra disponible en la siguiente dirección: <http://support.microsoft.com/kb/213290>

Obtenida de esta forma la muestra representativa, se detectó que de los 186 sitios seleccionados, seis se encontraban fuera de servicio por diversas razones, que iban desde dominios expirados, hasta otros que eran bloqueados por el software antivirus por considerarlos un riesgo de seguridad. Se determinó mantenerlos como parte de la muestra, pues finalmente representaban en su proporción la realidad de la operación cotidiana de los cibermedios mexicanos. De esta forma, se podrá observar que los resultados mostrados hacen referencia a un total de 180 medios que fueron los que realmente pudieron analizarse.

El procedimiento de estudio se llevó a cabo mediante una ficha elaborada expresamente. Para confeccionar esa ficha, se consultaron otras investigaciones con fines similares, así como textos académicos que permitieron estructurarla coherentemente. Entre otros trabajos, se consultaron “Ciberperiodismo: métodos de investigación, una aproximación multidisciplinaria en perspectiva comparada” de Palacios y Díaz Noci (2007), de la cual se extrajo una útil perspectiva a la que los autores denominan “tipología centrada en las acciones o desarrollo de los cibermedios” (2007:19), la que describen como aquellas que “taxonomizan según la manera en cómo emplean los elementos (potencialidades) que les son inherentes”.

El enfoque de la ficha de análisis también sigue el concepto “dinamismo del cibermedio”, propuesto por López et al (2005:45), el que lo explica como “el grado de aprovechamiento que los nuevos medios hacen de las posibilidades que ofrece el soporte en línea”, agregando que esta forma de medición permite “determinar el nivel de dinamismo del cibermedio a partir del grado de adecuación que alcanzan” en el manejo de las denominadas características básicas del ciberperiodismo, a saber: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización continua de contenidos.

4. Resultados

Al incursionar en la red, el periodismo se ha servido del hipertexto de una manera notable; las estructuras y los contenidos de los sitios noticiosos están determinadas por la inserción de enlaces, organizando el recorrido de los lectores; los periodistas han utilizado al hipertexto como una herramienta valiosa para ofrecer a las audiencias posibilidades de información más profundas, más amplias, lo que le ayuda a intentar alcanzar su objetivo mayor: informar en la forma más completa posible a la sociedad.

Como parte de la ficha de análisis que se aplicó en esta investigación, se incluyeron diversos ítems que permitirían describir al menos en forma general, cuáles eran los matices con los que los cibermedios mexicanos aplicaban las opciones de hipertextualidad a su alcance. De esta forma, se analizaron elementos tales como las estructuras hipertextuales mencionadas anteriormente, detectándose que la gran mayoría aplican la denominada mixta cerrada; aquella en la que existen múltiples recorridos sobre la información contenida en el sitio, pero no caminos para salir del mismo.

El número de las capas o niveles de profundidad a los que el lector podría llegar al leer una pieza informativa también fue analizado. Se observó la existencia o no de enlaces a notas relacionadas con el tema principal de la noticia además de otras características similares, lo que permite tener un panorama de las estrategias seguidas por los cibermedios mexicanos para aplicar las opciones de hipertextualidad en sus páginas electrónicas. Se detallan a continuación los principales hallazgos.

- Capas o niveles de profundidad informativa

Una de las ventajas más notables que ofrece el uso del hipertexto al ciberperiodismo es la estructuración de la información en capas, lo que ofrece una doble ventaja: el periodista puede ordenar sus datos en función de su amplitud y complejidad, mientras que al lector se le presenta un esquema ordenado, facultándosele a decidir cuántos de estos niveles explorará, ello en función del mayor o menor interés que la noticia le despierte.

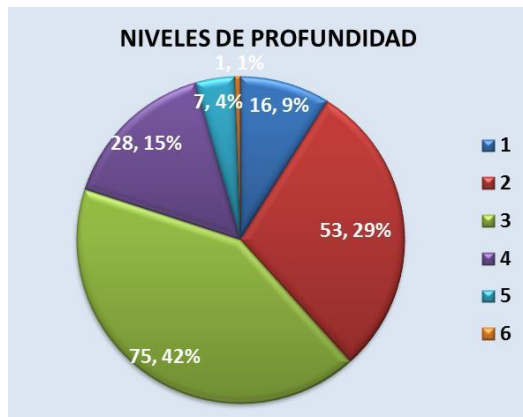
De esta forma una nota promedio en un diario en línea estará conformada por tres o cuatro capas que serán leídas o no en la medida en que se logre involucrar a la audiencia, es decir, en el atractivo que despierte y que provoque un mayor involucramiento de los lectores.

La primera capa está formada regularmente por el titular, que integra en sí mismo un enlace que lleva a al texto completo; la segunda puede ser el primer párrafo o entrada que igualmente puede convertirse en una liga que conduzca a la nota íntegra; la tercera es el texto completo en sí, una cuarta el audio o video que enriquezca a la información, pudiéndose hallar una quinta en las notas relacionadas y una sexta en los comentarios vertidos por los lectores respecto a esa pieza.

Evidentemente, el número de capas que un cibermedio le inserte a sus informaciones es una muestra del nivel de compromiso que se tiene con la debida utilización de las prestaciones que ofrece el periodismo en línea, tales como la interactividad, la multimedia y la propia hipertextualidad.

Al respecto, el ciberperiodismo mexicano mostró un pobre desempeño en la explotación de las herramientas hipertextuales; al detectarse que el ochenta por ciento de los sitios observados utilizó solamente entre una y tres capas informativas ligadas mediante hipertextos, lo que implica necesariamente que las ventajas que ofrece la hipertextualidad para ampliar, profundizar y contextualizar la información no son generalmente incorporadas.

Por ende, solo un veinte por ciento de los periódicos en línea analizados fueron los que incluyeron un número de capas de cuatro o más, las que mayormente estaban integradas por el título, el texto, las notas relacionadas y comentarios de los lectores; en menor medida, se incluían elementos multimedia. Los cibermedios que insertaban cinco capas o más en sus notas fueron realmente excepciones, como puede apreciarse en la gráfica.



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la observación de cibermedios.

- Enlaces a notas relacionadas

Una de las mayores virtudes que ha encarnado el hipertexto para el ciberperiodismo es la posibilidad de incluir enlaces a informaciones que tengan relación con el tema que se aborda en el texto principal, permitiendo un tránsito sencillo y rápido para consultarlas. La principal ventaja es que se ofrece al lector elementos que le permiten contextualizar adecuadamente un acontecimiento concreto, propiciando una cabal y completa comprensión de los hechos, los que en muchas ocasiones son de tal complejidad que es imposible exponerlos debidamente en una sola pieza informativa.

Los medios informativos han sido acusados continuamente de presentar notas que al carecer de la contextualización adecuada se convierten en distractores o informaciones parciales; esa desventaja puede superarse sencillamente con la inclusión de los enlaces a las notas relacionadas, lo que convierte a esta utilización del hipertexto en una ventaja competitiva para el ciberperiodismo en relación a otros medios informativos.

Sin embargo, estos beneficios no son aplicados en forma generalizada por los cibermedios mexicanos analizados; apenas 43 de ellos, un 24 por ciento de la suma total, la considera. Así, para dos terceras partes de los diarios en línea observados ofrecer enlaces a notas relacionadas no es una prioridad en la estructuración de sus contenidos, lo que impide a sus lectores tener un visión amplia de los hechos que les son informados.



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la observación de cibermedios.

- Ubicación y uso de enlaces

La gran mayoría de los cibermedios observados utiliza a los titulares de las noticias como enlace al texto completo, el 84 por ciento de ellos, es decir 152 de los 180 que conformaban la muestra. Solo el 4 por ciento aplicó el enlace al texto incluyendo una entradilla en la portada del cibermedio. Evidentemente, hay un 12 por ciento de los medios en línea analizados que no cayeron en ninguno de los dos supuestos; éstos corresponden a aquellos que presentan solamente la imagen completa de las páginas del impreso, lo que impide clasificarlos en uno u otro grupo. Por supuesto que esos sitios desaprovechan por completo las ventajas de la hipertextualidad.

El enlace hipertextual puede incluirse en una variedad de elementos que conforman la página electrónica, es decir puede ser un texto, una imagen, una animación, etcétera. Aplicar diversas opciones este rubro permite ofrecer al lector mayor variedad en su navegación. No obstante ello, un ocho por ciento de los medios observados, 14 del total, incluyeron solo enlaces textuales.

Por otro lado, fueron mínimos los casos en los que se incluyeron enlaces dentro del texto de la nota informativa; solo se detectó un caso del total, lo que implica que se privilegia la no interrupción de la lectura informativa incluyendo hipertextos que podrían considerarse distractores.

La colocación de los enlaces a las notas relacionadas se hizo (en la mayoría de los casos en que estos existieron) ya en la página que mostraba la nota completa; del total de los que sí incluyen este tipo de ligas, solo un cinco por ciento lo hicieron desde la portada, agrupando por lo tanto un conjunto de notas con un tema común, lo que permite desde luego mayores opciones de contextualización informativa.

Finalmente, la inserción de enlaces a sitios relacionados externos se dio en casos muy esporádicos, apenas en un dos por ciento del total, lo que evidencia que los cibermedios mexicanos se rehúsan a ofrecer al lector la posibilidad de escapar de su sitio, aunque esto implique menores posibilidades de contextualizar debidamente los hechos sobre los que se informa.

UBICACIÓN DE ENLACES

	Porcentaje de medios que lo aplican
Titular como enlace a texto completo	84 %
Entradilla como enlace a texto completo	4 %
Enlaces textuales solamente	8 %
Enlaces en texto de nota	1 %
Enlace a notas relacionadas en nota desplegada	24 %
Enlace a notas relacionadas desde portada	5 %
Enlaces a sitios externos relacionados con tema de nota	2 %

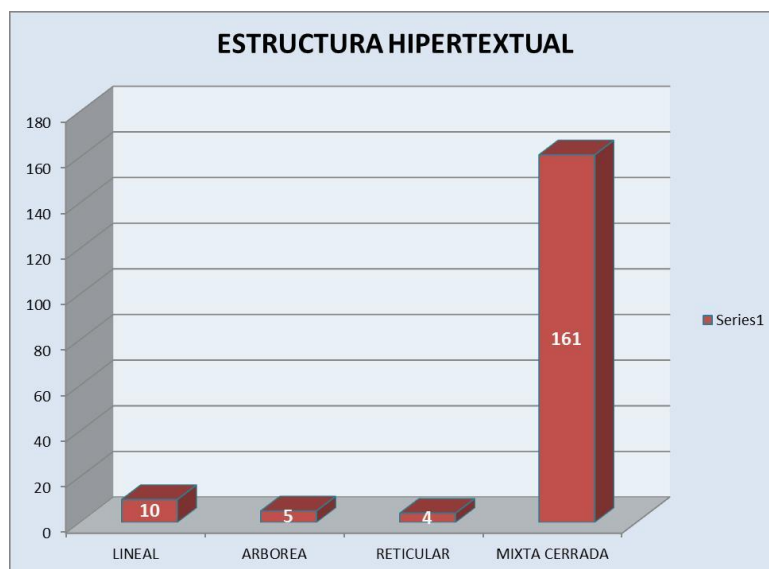
- La estructura hipertextual

Al esquema mediante el cual se organiza a los diferentes elementos del sitio de un cibermedios, y la forma en que estos se interrelacionan se la ha denominado estructura hipertextual, las cuales según Díaz Noci y Salaverría (2003:120-133) pueden ser lineales o paralelas, arbóreas, reticulares y mixtas.

Las estructuras identificadas como lineales o paralelas tienen un solo sentido de navegación, es decir se transita de un elemento a otro en forma consecutiva, no habiendo otra posibilidad de retorno más que recorrer en sentido inverso el trayecto ya visualizado. La arborea implica una jerarquización de elementos, pues uno de ellos actúa como centro y de él se van desprendiendo otros, que a su vez generan otros más, produciendo un ordenamiento en ramas; para navegarlos se tiene que volver al menos al punto central del que se partió para llegar a las diferentes áreas. La reticular es aquella estructura que permite una navegación directa entre los diferentes elementos del sitio, sin un orden ni jerarquía específica, atendiendo solo al deseo del lector. Cuando se combinan algunas de ellas surge la estructura mixta, a la que se le puede agregar el término de cerrada si no ofrece enlaces que lleven a abandonar la página electrónica del cibermedio.

Los resultados obtenidos de la observación nos indican que la enorme mayoría de los periódicos en línea mexicanos seleccionan a la estructura mixta cerrada, es decir aquella en la que se ponen a disposición de los lectores multiplicidad de trayectos posibles según sea el deseo del usuario, siguiendo las tendencias que a nivel mundial se aprecian en este ámbito.

Igualmente, se apreció un esquema de portada bastante extendido, que consiste en colocar menús horizontales que contienen vínculos a las diferentes secciones informativas que componen la oferta del cibermedio. Normalmente, ese menú es accesible independientemente del área del sitio en que se encuentre el lector, lo que implica que se puede navegar prácticamente a cualquier rincón del mismo de una manera bastante sencilla; por supuesto, las ligas a sitios externos son casi inexistentes. En los casos en que se localizaron estructuras hipertextuales distintas, se trataba mayormente de medios en línea pequeños, con alcances bastante modestos.



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la observación de cibermedios.

5. Conclusiones

Una de las hipótesis que se plantearon desde el inicio de la investigación fue la de que los cibermedios mexicanos no han aprovechado en forma eficiente las ventajas que implica el operar en Internet; esta apreciación pudo confirmarse al momento de la observación de los sitios de los periódicos mexicanos en la red.

Específicamente, las herramientas hipertextuales más comunes, tales como los enlaces a notas relacionadas o la estructuración en varias capas de las piezas informativas son utilizadas en forma tímida por la mayoría de los cibermedios mexicanos, los que se limitan a presentar un enlace en portada al texto completo de la nota, sin ahondar más allá. Ello implica que los impresos con versiones en línea no ofrecen a sus lectores un producto informativo que cultive adecuadamente las prestaciones que la red pone a su disposición.

El periodismo mexicano ha tenido una historia complicada en los últimos decenios. Su labor como agente para el desarrollo social ha sido poco valorada, acusándosele de prestarse a manipulaciones en contubernio con entidades gubernamentales a cambio de beneficios económicos para los propietarios de los medios. Es apenas en la historia reciente que se han dado casos puntuales de medios que destacan por su independencia y actitud crítica, tratándose en la mayor parte de diarios con base en la capital del país.

En gran parte de la República Mexicana predominan en el sistema mediático modelos de sometimiento a directrices oficiales, como resultado de una compleja red de cobertura de intereses tanto de los propietarios de las empresas del área como de las autoridades en turno. Ello ha generado medios que privilegian la protección de ese régimen, sin preocuparse mayormente por elevar la calidad periodística.

En general, se ha apreciado que las insuficiencias que se han dado en el ámbito del periodismo impreso mexicano se reflejan en el soporte en línea, pues predominan los sitios con uso mínimo de herramientas digitales, replicando estrategias propias del impreso, es decir mantener una únicamente una presencia, sin mayores pretensiones por prestar un verdadero servicio informativo a la sociedad.

6. Bibliografía

- Álvarez Marcos, José (2003). El periodismo ante la tecnología hipertextual. En Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (Coords.). Manual de Redacción Ciberperiodística (pp.231-259). Barcelona: Ariel.
- Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel.
- Edo, Concha (2009). Periodismo informativo e interpretativo, el impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros. México, D.F.: Alfaomega.
- García de Torres Elvira y Pou Américo, María José (2003). Características de la comunicación digital. En Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón, (Coords.), Manual de Redacción Ciberperiodística (pp. 49-79). Barcelona: Ariel.
- Landow, George P., (1995). Hipertexto, la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona: Paidós Hipermedia.
- Landow, George P. (2009). Hipertexto 3.0, teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización. Barcelona: Paidós.
- Larrondo Ureta, Ainara (2008). La investigación sobre hipertexto: fundamentación teórica del ciberperiodismo y caminos para la docencia. Análisi (36) 159-174. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/94529/119744>
- López García, Xosé (2003) Retórica del hipertexto periodístico. En Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (Coords.), Manual de Redacción Ciberperiodística (pp. 385-422). Barcelona: Ariel
- López García, Xosé (2008). Ciberperiodismo en la proximidad. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- López García, Xosé; Limia Fernández, Moisés; Isasi Varela, Antonio; Pereira Fariña, Xosé; Gago Mariño, Manuel; Calvo Diéguez, Rosario; Orihuela, José Luis (2005). Tipología de los cibermedios. En Salaverría, Ramón (Coord.) Cibermedios, el impacto de internet en los medios de comunicación en España (pp. 39-82). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Palacios, Marcos y Díaz Noci, Javier (2007). Ciberperiodismo, métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Recuperado de http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/libros_gratuitos_en_pdf/Ciencias_Sociales/Ciberperiodismo%20%20Metodos%20de%20investigacion.pdf
- Pavlik, John V. (2005). El periodismo y los nuevos medios de comunicación. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Salaverría, Ramón (2005). Redacción periodística en Internet. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Salaverría, Ramón y Cores, Rafael (2005). Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. En Salaverría, Ramón (Coord.), Cibermedios, el impacto de internet en los medios de comunicación en España (145-185). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Salaverría, Ramón y Sancho, Francisco (2007). Del papel a la web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet, en Larrondo Urueta Ainara y Serrano Tellería, Ana (eds.). Diseño periodístico en Internet, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Scolari, Carlos (2008). Hipermediaciones, elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.