

Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital

Alejandro Rost

Camprodón, 23, 1º 1ª. 08012 Barcelona
alerost@hotmail.com

Resumen

El hipertexto es una herramienta expresiva fundamental del periódico digital. Con el hipertexto, el periódico asocia contenidos, exhibe ciertas noticias y relega otras, promueve u obstaculiza la participación del lector, abre o cierra el medio a otras fuentes y personajes, contextualiza o fragmenta contenidos. Pero, ¿hasta qué punto los periódicos digitales consideran al hipertexto como un elemento significativo?

Este artículo es una propuesta metodológica para analizar las estructuras y los enlaces hipertextuales que utiliza el periódico digital, con el objetivo de ver qué implicaciones tienen para la construcción de la actualidad periodística.

Para ello, el autor propone: por un lado, diferenciar tres tipos de estructuras hipertextuales (jerárquica, en red y mixta) y, por otro lado, analizar los distintos enlaces semánticos que presenta el nuevo medio, dividiéndolos según la jerarquía (horizontal, vertical y mixto), los contenidos (de actualidad reciente, cronológico, documental e interactivo), la espacialización (interno, transversal y externo) y las morfologías de la información que utilizan (hipertexto e hipermedia).

Palabras clave: hipertexto, periódico digital, lector interactivo, estructuras hipertextuales, enlaces semánticos hipertextuales, actualidad periodística, asociación de contenidos, interactividad.

Abstract. *Methodological proposal to study the hypertext in the digital newspaper*

The hypertext is a fundamental expressive tool for the digital newspaper. With the hypertext, the new media associates contents, displays some news and relegates other ones. Also the hypertext either promotes or hampers the participation of the reader, either opens or closes the media to another sources and personajes, either set in a context or fragments contents. But, to what extent the hypertext is considered as a significative element by the digital newspapers?

This article is a methodological proposal to analyze the hypertext structures and links of the digital newspapers in order to know what implications has the hypertext for the construction of the news.

With this aim, the author proposes: on the one hand, to distinguish three kinds of hypertext structures (hierarchical, networked, and mixed structures), and on the other hand, to examine the semantic links that the media shows by classifying them according to the hierarchy (horizontal, vertical and mixed), the contents (recent news, chronological, documentary and interactive), the spatial organization (internal, transverse and external) and the information morphologies used (hypertext and hypermedia).

Key words: hypertext, digital newspaper, interactive reader, hypertext structures, hypertextual semantic links, journalism, association of contents, interactivity.

Sumario

- | | |
|--|---|
| 1. Concepto de hipertexto | 4. Cómo abordar el estudio del hipertexto |
| 2. Estructuras hipertextuales | 5. Perspectivas |
| 3. Los enlaces semánticos: una tipología | 6. Bibliografía |

1. Concepto de hipertexto

El hipertexto es una herramienta básica para la construcción de significados en el periodismo digital. Sin embargo, el concepto se ha estudiado y desarrollado más desde el ámbito de la documentación, la biblioteconomía y la literatura que desde el periodismo. Gran parte de la teoría sobre el hipertexto proviene de estas áreas —relacionadas con el periodismo pero en definitiva diferentes— y se suele transplantar al ámbito del periodismo sin analizar críticamente qué efectos reales tiene sobre la organización de la noticia y qué aporta de nuevo para la construcción de la actualidad periodística.

Partimos aquí de considerar al hipertexto como *una construcción discursiva multilineal basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados*. Consideramos que no existe un solo hipertexto, como sugieren autores como George Landow (1995, 1997) o Jay David Bolter (1990), sino muchos hipertextos. Y cada uno de estos hipertextos plantea un recorrido de lectura particular y afecta en forma diferente a la construcción de la actualidad en el periódico digital.

Para analizar las estructuras y los enlaces que utiliza el periódico digital, tomamos como referencia lo que llamamos un *hipertexto ideal*, definido como aquél que permite amplificar la intertextualidad, ofrecer nuevas formas de acceso a los contenidos, favorecer la participación interactiva y, por tanto, dar un mayor poder al lector en la construcción de la actualidad¹.

Describiremos a continuación qué características tienen, en primer lugar, las tres estructuras hipertextuales y, en segundo lugar, cada uno de los enlaces mencionados, viendo siempre qué implicaciones tiene para la construcción de la actualidad en el periódico digital. Señalaremos luego la propuesta de abordaje al estudio del hipertexto y concluiremos con las perspectivas que plantea la aplicación de esta metodología. Algunos de los autores que tomaremos como referencia para este trabajo son David Miall (1997), Yazeed Peterson y Derek Keats (1998), Jakob Nielsen (2000) y Lluís Codina (2000).

1. El concepto de hipertexto lo hemos desarrollado en el trabajo de investigación *La construcción de la actualidad en el periódico digital. Qué participación tiene el lector: la interactividad y el hipertexto*, dirigido por el doctor Lorenzo Gomis y presentado en el Doctorado de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Véase: Rost, 2001.

2. Estructuras hipertextuales

Las estructuras hipertextuales dibujan todos los recorridos de lecturas que tienen a su disposición los lectores del medio. Constituyen el tejido general que enlaza las distintas unidades redaccionales que presenta el periódico.

Diferenciaremos tres estructuras globales básicas de hipertexto posibles en el periódico digital: *estructura jerárquica*, *estructura en red* y *estructura mixta*.

Estructura jerárquica

La estructura jerárquica presenta un nodo principal del que se desprenden otros secundarios, y a su vez de éstos, surgen otros todavía menos importantes. Puede ser representada gráficamente como un diagrama de árbol (gráfico 1).

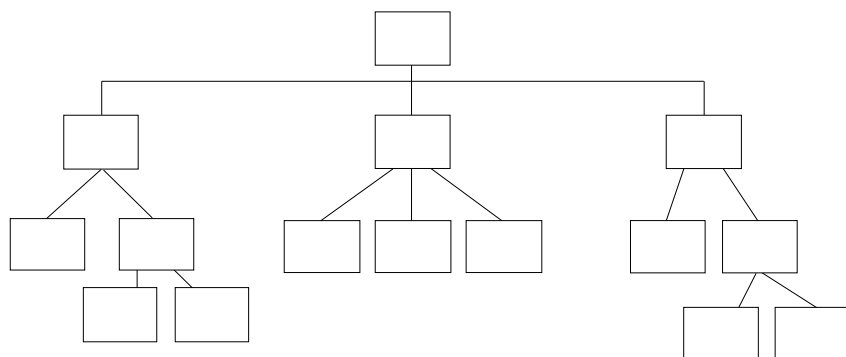


Gráfico 1. Estructura jerárquica.

En una estructura jerárquica estricta los únicos enlaces que se producen son para diferenciar a los nodos en niveles de importancia, por lo que no hay *links* entre nodos de un mismo nivel o entre ramas contiguas. Si se crean esos enlaces, ya deja de ser una jerarquía pura. Una estructura jerárquica está organizada de forma tal que los distintos nodos están dispuestos de manera sucesiva, sin permitir otras alternativas de navegación. Cada uno de los nodos tiene un nodo madre por un lado y al menos un nodo subordinado por otro, a no ser que sea el punto de partida de la jerarquía o uno de los puntos finales.

La ventaja de esta estructura es que resulta de utilidad para exponer un cierto orden de ideas y puede ayudar a eliminar «ruidos» en la interpretación del mensaje que se quiere proporcionar. Lluís Codina (2000) menciona las siguientes propiedades de este diseño: 1) proporciona una guía para la ordenación y la disposición de los materiales; 2) facilita las tareas de edición, actualización y mantenimiento; 3) agiliza la navegación, porque todo el mundo

entiende, por intuición, cómo recorrer una estructura jerárquica, y 4) permite el añadido de capas adicionales de enlace.

Estas propiedades encajan muy bien con los objetivos y las rutinas del periodismo. Pero, además, la estructura jerárquica permite volcar la estratificación de contenidos que hace el periodismo. Los medios no sólo deciden la inclusión/exclusión de hechos, sino que también definen una jerarquización de los mismos. En el diario impreso, algunas noticias son destacadas más que otras a través de la extensión, del acompañamiento gráfico y por la ubicación en el espacio redaccional de la página y del contexto de todo el diario. Esta jerarquización puede ser fácilmente volcada o incluso adaptada al periódico digital, estableciendo una estructura hipertextual con distintas capas o niveles de profundidad desde la portada. Este modo de jerarquización se denomina *layering* o «por capas»².

A pesar de estas ventajas, una estructura estrictamente jerárquica no ofrece nada nuevo con respecto al formato impreso y no permite la ventaja de la «libre» exploración que puede dar el hipertexto al lector en ciertos contenidos. Un lector familiarizado con el entorno hipertextual podría verse defraudado por una hilación del texto que no le deje alternativas de navegación y que sólo repite una estructura del papel.

Incluso si la estructura jerárquica no cuenta con buenos sistemas de navegación que proporcionen información de contexto, las jerarquías se hacen todavía más rígidas que en el papel, ya que el lector tiene menos posibilidades de «hojear» y «ojear» (*browsing*) los contenidos e intentar caminos alternativos.

Estructura en red

En una estructura de este tipo no existen jerarquías: no hay nodos principales y nodos secundarios debido a que cualquiera de ellos puede estar enlazado con otro. Los enlaces pueden ser de las formas más diversas: circulares, con relaciones múltiples, recurrentes, tipo espejo, contrapuntísticos, etc. (Miall, 1997; Bernstein, 1998). Tampoco existe una lógica global discursiva y el orden del discurso lo termina decidiendo el propio lector eligiendo entre las numerosas alternativas que se le presentan (gráfico 2). El autor del texto —y del hipertexto— cede así al lector la posibilidad de que éste dibuje los caminos de lectura dentro de un planteamiento más o menos amplio diseñado por el autor. Por lo tanto, las fronteras entre ambos se vuelven más difusas.

Esta modalidad también ha recibido otros nombres: David Miall (1997), de la Universidad de Alberta, la llama *self-navigating*, Lluís Codina (2000), de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, la denomina *red semántica*.

2. La primera capa de la noticia contiene el titular, una fotografía y un texto corto, la segunda puede ampliarla con gráficos y más textos y las siguientes pueden ahondar más en informaciones de contexto. Véase Pérez Luque y Perea Foronda, 1997.

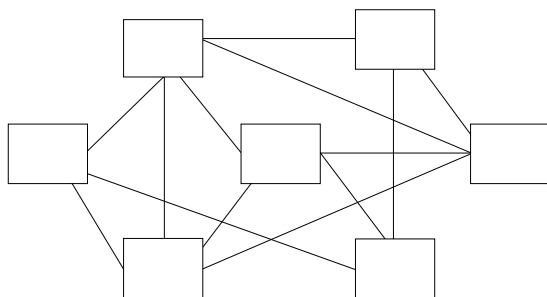


Gráfico 2. Estructura en red.

¿Qué utilidad tiene una estructura como ésta? Para algunos autores es la forma más genuina de la hipertextualidad, debido a que da al lector múltiples posibilidades en la reconstrucción del discurso. Estudiosos del hipertexto como George Landow (1995 y 1997), por ejemplo, describen al hipertexto sólo en términos de redes descentralizadas, sin un «arriba» y «abajo», sin un eje primario de organización, en el que el lector puede escoger su propio centro de investigación y experiencia. Sin embargo, a pesar de estas declamaciones, pocos son los que terminan utilizando una estructura así descrita, debido a que se reducen notablemente las posibilidades informativas y de difusión de la *web* al tiempo que se crea un ámbito propicio para la ambigüedad y las malas interpretaciones³.

Esta clase de estructura es la que caracterizaba a las primeras páginas *web*, en donde no había sumarios, ni índices y todos los enlaces estaban incluidos en el interior del mismo texto. Tampoco estaban diferenciados los *enlaces semánticos* (los realizados para crear sentido y establecer múltiples asociaciones) de los *enlaces estructurales* (aquéllos que constituyen el esqueleto del hipertexto y que dan cohesión y coherencia)⁴. También se suele aprovechar esta modalidad con fines artísticos. El ejemplo clásico es *The mola web*, un sitio en Internet creado entre otros por *Michael Joyce*, *Carolyn Guyer* y *Nigel Kerr* que tiene múltiples conexiones sin ofrecer pistas sobre las distintas opciones ofrecidas⁵.

En el ámbito educativo, una estructura en red puede ser útil para animar la exploración de un tema, según explican Yazeed Peterson y Derek Keats (1999) de la University of the Western Cape en un trabajo en el que analizaron las posibilidades del hipertexto para la educación medioambiental. Además, es más apropiada para expresar las múltiples relaciones que existen entre los temas.

3. De hecho, y como advierte Codina (2000), los sitios *web* de Landow están lejos de seguir una narrativa multilineal en red. Compruébese en: <http://landow.stg.brown.edu/cpace/bt/htov.html>
4. Profundizaremos esta diferenciación más adelante.
5. Véase Tolva, John (1996).

Pero, al mismo tiempo, los autores rescatan la estructura jerárquica porque lleva al lector a través de un sistemático proceso de construcción del conocimiento que puede ayudar a organizar la información. Ambas estrategias, concluyen, pueden así tener un valor clave en la educación.

En el plano periodístico, una estructura en red es de difícil aplicación para la exposición de las noticias del día (*actualidad reciente*). Cuando el lector entra en un periódico digital, pretende o bien saber cuáles son las noticias que el medio juzga como las más importantes del día, o encontrar un artículo determinado, o bien hojear rápidamente las páginas y detenerse en lo que más le interesa. Pero en una estructura tan libre como ésta, el lector podría perderse la mitad de los contenidos, o incluso podría llevarlo a interpretaciones erróneas. En una red, en la medida que hay tantos caminos por seguir, los márgenes de ambigüedad aumentan, debido a que el lector nunca puede llegar a comprender ese laberinto en su totalidad. Además, el lector puede quedar con la ansiedad de no saber si vio todo el material disponible en el sitio, debido a que nunca llega a comprender la lógica organizativa de los contenidos (si es que la tiene). Es lo que Miall denomina el *síndrome del navegante*, aludiendo a esa sensación que tiene el internauta de que «el césped está siempre más verde del otro lado de un *link*» (Miall, 1997: 7).

Aún así, las estructuras en red pueden ser aplicables en el periodismo no sobre el grueso de las noticias del día, sino en ciertos sectores definidos del sitio para favorecer la exploración de algunos contenidos de *actualidad prolongada* o *actualidad permanente* (Armentia Vizuete y otros, 2000; Rost, 2001), es decir, para temas en los que no resulta tan imprescindible conocer todas las lexias y que pueden animar a otro tipo de navegaciones más asociativas y menos rígidas. Este tipo de contenidos, que se emparentan más con los objetivos educativos, permiten la exploración y tienen un innegable componente lúdico que al mismo tiempo entretiene al lector.

Estructura mixta

La estructura jerárquica y la estructura en red pueden tener evidentemente otras alternativas que combinen las ventajas de ambas. En esos casos, podemos hablar entonces de una estructura mixta⁶.

Este esquema, como vemos, combina una estructuración jerárquica con otras posibilidades de navegación horizontal. El lector se enfrenta con una estructura vertical que lo orienta y ordena entre los contenidos, pero, al mismo tiempo, cuenta con alternativas de exploración. Incluso puede presentar miniestructuras en red, como se puede apreciar en el bloque derecho, que no se extienden por todo el sitio, sino que permiten la navegación libre de ciertos temas. No hay bloques estancos y cerrados entre los tres nodos del segundo y tercer

6. El concepto de estructura mixta en el hipertexto lo hemos aplicado y fundamentado para la elaboración de la estructura hipertextual de un ensayo sobre el futuro del diario impreso (Rost, 2000).

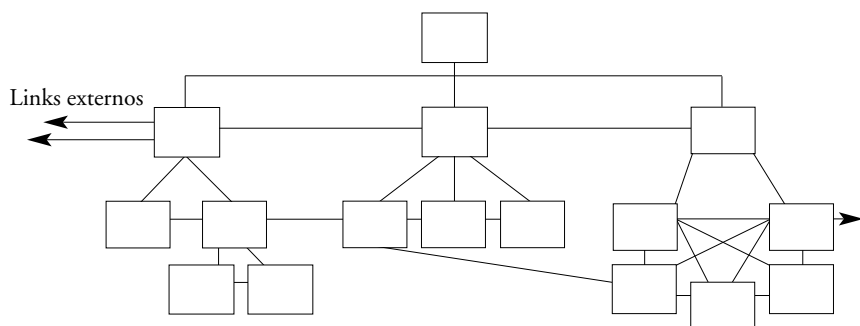


Gráfico 3. Estructura mixta.

nivel, sino que también están conectados cuando los temas tienen relación. Incluso hay enlaces externos —que hemos representado con flechas que se salen del esquema— que conectan con otras estructuras hipertextuales, permitiendo así explorar otros contenidos simbólicos que tengan vinculación con los propios del sitio.

Una estructura mixta resulta, al mismo tiempo, más flexible que la estructura jerárquica y más ordenada que la estructura en red. Aprovecha las múltiples asociaciones que permite el hipertexto, pero no enlaza un nodo con cualquier otro. Da posibilidades de exploración, pero también guía y aconseja al priorizar unos contenidos sobre otros.

Una estructura como ésta se adapta muy bien al periodismo: por un lado, preserva un orden y una estructura que el lector puede comprender y dominar fácilmente y, por otro lado, vincula los contenidos cuando tienen relación, favoreciendo una representación de la actualidad menos fragmentada. Permite mantener la jerarquización de los contenidos, dando prioridad a los que evalúa como más importantes; pero, al mismo tiempo, el lector puede decidir romper esa estructura que conoce y domina para intentar otras exploraciones.

Para evitar los riesgos de desorientación que pueden ocasionar este tipo de estructuras más complejas que las jerárquicas simples, resultan de mucha ayuda los entornos gráficos que ofrecen pistas visuales para que el lector sepa siempre dónde se encuentra y hacia dónde lo pueden conducir los enlaces que se le presentan⁷.

7. Las investigaciones de Gery Gay comprobaron que los modos de navegación basados en entornos visuales eran más efectivos para encontrar información que los sistemas basados en texto. Véase Gay (1997).

3. Los enlaces semánticos: una tipología

Además de las estructuras hipertextuales, proponemos diferenciar también los *tipos de enlaces* que se producen en el periódico digital. Diseñamos para ello un esquema que considera cuatro categorías y luego los tipos de enlaces que se derivan.

Pero antes de explicar esta categorización, vamos a describir dos tipos generales de enlaces: los enlaces estructurales o de categorías y los enlaces semánticos. Los *enlaces estructurales* o de *categorías*, son aquellos que conforman los sistemas de navegación que ofrece el medio y están ubicados en *frames* fijos en los extremos de cada página (arriba, abajo y a la izquierda, generalmente). Estos enlaces de categorías conforman un metatexto que permite no sólo la orientación, sino también la navegación del sitio.

En el caso del periódico digital, suelen copiar las divisiones en secciones del diario impreso, agregándole los servicios propios del nuevo medio. Para no confundirlos, mostramos en la figura 1 los enlaces estructurales que utiliza el periódico digital argentino *Río Negro on line* en cada página.

Pero no son estos enlaces estructurales los que proponemos analizar. Nuestro interés se centra en cambio en los *enlaces semánticos*, es decir, los que relacionan directamente los propios contenidos entre sí. Estos enlaces, que vemos en la figura 2 bajo el subtítulo «Más información», se utilizan para generar sentido, para asociar contenidos, más allá de la estructuración rígida e inamovible que imprimen las categorías.

Son además los que permiten agregar valores añadidos al nuevo medio, ya sea contextualizando, relacionando contenidos, introduciendo las nuevas morfologías de la información, llevando al lector a las fuentes directas de la noticia o dándole la posibilidad de participación a través de modalidades interactivas.

TAPA	NOTICIAS	SUPLEMENTOS	SERVICIOS
SECCIONES			
Regionales			
Sociedad			
Políticas			
Economía			
Deportes			
Cultura			
Tapa Economía Políticas Regionales Sociedad Deportes Cultura Todos los títulos Breves Ediciones anteriores Editorial Artículos Cartas de lectores El tiempo Clasificados Turismo Mapa del sitio Escribanos Patagonia Jurásica Cocina Guía del ocio Informática El Económico Educación			

La banda gris en la parte superior, las secciones en el área izquierda y un amplio repertorio de *links* en la parte inferior conforman los enlaces estructurales de este periódico digital.

Figura 1. Enlaces estructurales en *Río Negro on line*.

Noticias	Lunes 6 de agosto de 2001	RIO NEGRO on line
<p>MAS INFORMACION <u>Festejo con mensaje de unidad y crítica a la oposición</u></p> <p><u>Votaron 50.000 afiliados sobre un padrón de 100.000</u></p>	<p>Lunes 6 de agosto de 2001</p> <h2>Sobisch ganó y es el nuevo líder del partido provincial</h2> <p>NEUQUEN (AN) -Jorge Sobisch afianzó ayer su liderazgo en el MPN con un triunfo histórico sobre Felipe Sapag. El gobernador obtenía al cierre de esta edición casi el 70% de los votos contra el 25% de su adversario, una diferencia que</p>	

Figura 2. Enlaces semánticos.

La asociación de contenidos que permiten estos *links* no pretenden responder a la lógica de la cohesión estructural del hiperdocumento, sino que siguen una lógica mucho más libre. De hecho, como señala Codina (2000), esta asociación puede ser tan arbitraria como lo desee el autor del hipertexto. Los enlaces semánticos en el periódico requieren una elaboración diaria adaptada a los contenidos, a diferencia de los enlaces estructurales que establecen categorizaciones fijas que sólo se renuevan con un rediseño total del sitio.

Nuestra categorización se centra en estos enlaces semánticos, a los cuales dividimos según: la *jerarquía* (horizontal, vertical y mixto), los *contenidos* (de actualidad reciente, cronológicos, documentales e interactivos), la *espacialización* (internos, transversales y externos) y las *morfologías de la información* que utilizan (hipertexto e hipermedia).

Las categorías no son mutuamente excluyentes, aunque sí los tipos de enlaces contenidos en ellas. Es decir, puede haber enlaces que por ejemplo sean verticales, internos de la sección, de la actualidad reciente y textuales; pero no es posible un enlace que sea documental e interactivo a la vez, o vertical y mixto. La presencia o ausencia de estos *links* genera diferencias notables en el tipo de actualidad que construye el medio, así como también el tipo de enlace de que se trate. Veamos.

Enlaces según la jerarquía

Estos enlaces definen la ubicación técnica de los nodos en la estructuración hipertextual. Y son al mismo tiempo los que permiten establecer diferentes relaciones —jerárquicas o asociativas— entre los contenidos.

1. *Asociativo u horizontal*. Se trata de enlaces entre unidades redaccionales que están relacionadas semánticamente y a las que el medio les adjudica el mismo

nivel jerárquico en la estructura hipertextual. Técnicamente, los dos nodos asociados están ubicados a igual distancia de la portada del periódico: para llegar a ellos el lector tiene que accionar la misma cantidad de *links*. Además, generalmente tienen una extensión similar. En el diario impreso, ambos nodos asociados pueden ser dos noticias de cabeza de página o dos recuadros de una misma noticia, por ejemplo. La presencia de estos enlaces indica que el periódico digital pone en conexión sus unidades redaccionales, mostrando de esa forma una actualidad menos fragmentada y con más relaciones entre sus contenidos. La ausencia de este tipo de *links* da en cambio como resultado divisiones mucho más rígidas y compartimentadas entre las noticias.

2. *Microscópico o vertical*. Técnicamente hablando, un enlace vertical define un nodo superior y otro subordinado a éste. Es un enlace que genera una estructuración vertical de los contenidos al establecer un nodo que está más accesible al lector desde la portada (por ejemplo a dos enlaces de distancia) y otro que está más alejado de ésta (a tres enlaces en el mismo ejemplo). El enlace vertical clásico en el periódico digital se da entre una noticia destacada y su recuadro. El *link* conduce así a un nodo de menor extensión que la noticia de donde proviene, definiendo dos capas de diferente «profundidad» y de distinta jerarquía en la estructura. Pero hay enlaces que conducen a nodos que no son de menor dimensión y que, de igual manera, son verticales porque son unidireccionales, es decir que permiten el recorrido en un solo sentido⁸. Estos *links* también generan una relación jerárquica más allá de adónde conduzcan. Así, hay enlaces verticales que llevan a nodos de la misma extensión (un enlace cronológico, por ejemplo), a otros incluso más extensos (un foro) y hasta pueden llevar a un sitio entero de la *web* (enlaces externos). Pero, en cualquier caso, un enlace unidireccional plantea una relación subordinada entre el nodo de inicio y el nodo de destino, debido a que sólo permite una dirección de recorrido. La ventaja de los nodos verticales es que orientan y ordenan al lector, que sabe de esa forma qué noticias considera importantes el medio y cuáles no. Pero también condicionan la lectura, debido a que algunos contenidos aparecen más accesibles que otros.
3. *Mixto*. Se trata de un enlace que puede ser tanto vertical como horizontal según el recorrido anterior que haya realizado el lector interactivo. Como puede verse en el gráfico 4, el enlace entre la Unidad Redaccional 1 (UR1) y la Unidad Redaccional 2 (UR2) puede hacerse por dos vías diferentes. En este ejemplo, la UR1 está en la tapa del periódico, por lo que el lector puede acceder directamente a esa noticia y luego trasladarse *verticalmente* a otra relacionada con la misma. Pero también tiene otra posibilidad: ingresar por la sección (en nuestro ejemplo, «Políticas») y acceder a todos los contenidos de esa categoría: entre ellos, la UR1 y la UR2, que están en una misma pantalla conectados por un enlace *horizontal*.
8. Hay enlaces bidireccionales (que establecen un recorrido A-B y B-A) y enlaces unidireccionales (que sólo permiten ir de A a B).

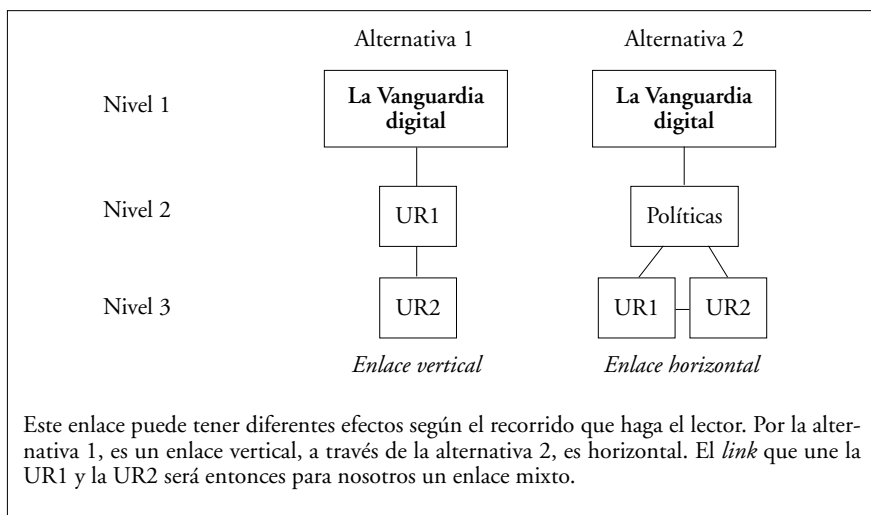


Gráfico 4. Enlace mixto.

Enlaces según los contenidos

Esta categorización distingue a los enlaces que conducen a contenidos de valor añadido para el nuevo medio, es decir aquéllos que permiten la contextualización, la documentación y la interactividad entre los individuos.

1. *De actualidad reciente.* Son enlaces entre las noticias del día. Son los más usuales y no agregan contenidos a los que ya publica el diario impreso. Permiten conectar las noticias pero no llevan a valores añadidos que pueda tener el periódico digital.
2. *Cronológicos.* Son *links* que conducen a noticias relacionadas con un tema del día y que fueron publicadas en fechas anteriores por el mismo medio. Estos enlaces permiten romper con la fragmentación rígida de los hechos. El lector puede trasladarse a unidades redaccionales anteriores, que le ofrecerán un *background* para poder —quizás— elaborar una explicación de los hechos más recientes.
3. *Documentales.* Conducen a informaciones ampliatorias elaboradas por el medio a modo de grandes reportajes, o a las fuentes directas de la noticia en otros sitios de la *web*. Los nodos de destino pueden ser entonces producciones especiales que elabora el periódico y deja a disposición de sus lectores durante mucho tiempo hasta que pierden vigencia, como procesos judiciales, elecciones y conflictos de larga duración. También pueden ser enlaces que lleven a sitios externos al propio medio permitiendo otra aproximación a la noticia. A pesar de que los *links* documentales y cronológicos tienen un efecto similar, pueden convivir perfectamente en un mismo medio, debido a que ofrecen distintos caminos de acceso y también diferentes resultados.

4. *Interactivos*. Son los que vinculan las noticias con las modalidades de *interactividad entre individuos* que propone el periódico (Rost, 2001). Con estos enlaces, el medio invita al lector a involucrarse y participar en la actualidad periodística, a través de foros y encuestas. En otros casos, conducen a las denominadas *alertas*, por medio de los cuales el medio avisa o recuerda al lector en forma personalizada de algún acontecimiento de la actualidad.

Enlaces según la espacialización

Cuanto más se extienden los enlaces, más se amplía y desestructura la construcción de la actualidad periodística. Cuanto más atraviesan espacios interiores en las secciones, espacios entre secciones o espacios extraperiódico, menos compartimentada puede resultar la propuesta periodística del medio.

1. *Internos de la sección*. Los nodos enlazados pertenecen a una misma sección del periódico (políticas, sociedad, etc.). La presencia de estos *links* indican que los contenidos de cada sección están a su vez perfectamente relacionados e integrados en subtemas. La ausencia implica que la única conexión entre las noticias de la misma sección es el hecho de estar agrupadas en esa categoría, pero no pueden navegarse los nodos horizontalmente (siempre hay que pasar por el nodo superior de la sección).
2. *Transversales*. Estos enlaces rompen con los límites de las diferentes secciones del periódico. El periódico construye, de esta forma, una actualidad más dinámica y menos compartimentada por divisiones que son muy rígidas para clasificar la inclasificable realidad social. Si el medio sólo ofrece enlaces internos de la sección, las unidades redaccionales quedan demasiado parceladas en espacios *topográficos* y *taxonómicos* bien delimitados, para utilizar los conceptos de Eliseo Verón (1995).
3. *Externos*. Se refiere a *links* que llevan al lector a otro sitios de la *World Wide Web*. Ésta es, sin duda, una de las posibilidades más novedosas del periódico digital, ya que, por primera vez, el medio puede ofrecer contenidos que traspasan sus propios límites discursivos. Los enlaces externos pueden conectar con las fuentes primarias o, por lo menos, con fuentes más cercanas a los hechos que se representan. Los *links* externos puede llevar a *webs* de organismos oficiales (gobiernos, órganos estatales, etc.), de movimientos sociales (antiglobalización, feministas, ecologistas, etc.), otros medios de comunicación, personajes famosos e incluso personajes desconocidos pero que tienen relación con la noticia. Las posibilidades no se agotan en esta lista, evidentemente.

Enlaces según la morfología de la información

Esta clasificación permite ver qué morfologías de la información utiliza el nuevo medio: si los textos escritos e imágenes fijas que caracterizan al diario impreso o nuevas morfologías como audios, vídeos y gráficos interactivos.

1. *Texto*. El enlace tiene como punto de inicio y destino palabras o frases de un texto. También incluimos en esta modalidad los *links* que conducen a infografías o facsímiles que son escaneados para el nuevo medio como imágenes fijas, debido a que no ofrecen un valor multimedia agregado.
2. *Multimedia*. El *link* puede tener como anclaje de inicio un texto pero conduce a otras morfologías de la información, como, por ejemplo, vídeos, sonidos o infografías dinámicas. El periódico aprovecha así los recursos multimedia que permite el soporte.

4. Cómo abordar el estudio del hipertexto

En base a esta tipología que hemos planteado, proponemos averiguar en primer lugar qué tipo de *estructura hipertextual* utiliza el periódico digital: si una estructura en red, una estructura jerárquica o una mixta.

Sin embargo, hacer un esquema de todo el sitio resultaría muy engorroso y quedaría poco clara la estructura general, sobre todo para sitios complejos. Consideramos entonces más provechoso analizar sólo la estructura de la principal noticia publicada en la tapa con todas sus conexiones semánticas, desde su mención en la portada hasta sus vinculaciones más pequeñas. Elegimos la noticia principal porque, debido a su importancia y trascendencia, debería ser una de las más trabajadas por el medio —si no la más—, por lo que nos puede dar un buen indicador de cuáles son las estructuras que prefiere el periódico. La noticia principal será siempre la que esté ubicada en la parte superior de la portada, con o sin acompañamiento gráfico. Debido a que los periódicos suelen renovar parcialmente sus contenidos durante el día, la muestra se debe tomar siempre a la misma hora del día.

En segundo lugar, estudiaremos *los enlaces semánticos*, es decir, los que relacionan contenidos en sí más allá de los sistemas de navegación. Proponemos tomar como base todos los enlaces que se producen desde, hacia y entre las noticias del día que publica el periódico y que están definidas en las categorías: «Todos los títulos» o «Titulares». Así se podrá estudiar qué tipo de enlaces semánticos utilizan cada uno de los periódicos en las noticias cotidianas, las de todos los días.

5. Perspectivas

Las clasificaciones que hemos presentado no pretenden ser exhaustivas y son perfectibles. Sin embargo, esta propuesta constituye un intento por explorar qué enlaces predominan en el periódico digital, con el objetivo de responder a las siguientes preguntas: ¿qué tipo de actualidad propone el periódico digital al lector?, ¿cómo influye el hipertexto en esta construcción?, ¿qué papel desempeña el hipertexto en el periódico digital?

Este esquema ya lo hemos utilizado para estudiar tres periódicos digitales: *Río Negro.com* (Argentina), *La Vanguardia Digital* (España) y *Clarín.com* (Argentina). Pudimos comprobar en ese trabajo que el hipertexto que utilizan

estos periódicos digitales se caracteriza por ofrecer una fuerte jerarquización de sus contenidos, con escasa cantidad de enlaces semánticos y pocas vinculaciones de contexto y con las modalidades interactivas. El hipertexto del periódico digital, está en definitiva, lejos de ser ese hipertexto ideal que permite amplificar la intertextualidad, ofrecer nuevas formas de acceso a los contenidos, favorecer la interactividad y, por tanto, dar mayores posibilidades de participación al lector en la construcción de la actualidad (Véase Rost, 2001).

Hay que destacar, por otro lado, que el lector no sólo es un intérprete activo de la actualidad periodística, sino que además cuenta con múltiples formas de romper los caminos que construye el medio mediante los enlaces hipertextuales. Para poner algunos ejemplos: abriendo varias páginas a la vez, el lector interactivo puede leer (y asociar quizás) noticias de las mismas o diferentes secciones, entablando *de facto* otras conexiones no hipertextuales. O incluso —más interesante— puede comparar los criterios de selección y jerarquización que utilizaron medios diferentes en iguales secciones o el enfoque que le dieron al mismo tema esos periódicos. Mediante los motores de búsqueda, también el lector interactivo puede lograr accesos alternativos que desobedecen toda estructura hipertextual, por más jerárquica y conductista que sea. Serán necesarios otros estudios para analizar hasta dónde el lector sigue estas estructuras hipertextuales y hasta dónde las rompe.

Teniendo en cuenta estas observaciones, la metodología de análisis del hipertexto que ofrecemos aquí, nos permite explorar cuál es la propuesta de actualidad que construye el medio a través del hipertexto que diseña. Un hipertexto que es mucho más que ese elemento inevitable para desplegar los contenidos periodísticos sobre un nuevo soporte: es una herramienta expresiva fundamental que permite asociar y jerarquizar contenidos, contextualizar y ampliar informaciones, involucrar y hacer participar al lector. Una herramienta que contribuye a construir significados en el periódico digital.

6. Bibliografía

- ARMENTIA VIZUETE y otros (2000). *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona: Bosch.
- BERNSTEIN, Mark (1998). *Patterns of hypertext*. Hypertext 98. Pittsburgh: ACM.
- BOLTER, Jay David (1990). *Writing space. The computer in the history of literacy*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- CODINA, Lluís (2000). *El libro digital y la www*. Madrid: Tauro.
- GAY, Gery (1997). «Algunas cuestiones en torno al acceso y la construcción de documentos multimedia». En BARRET, Edward y Marie REDMOND (ed.). *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*. Barcelona-Buenos Aires: Paidós. Edición original (1995). *Contextual media, multimedia and interpretation*. Massachusetts: The MIT Press.
- LANDOW, George (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona-Buenos Aires: Paidós. Edición original (1992): *Hypertext. The convergence of contemporary critical theory and technology*. Baltimore y Londres: The Johns Hopkins University Press.

- (ed.) (1997). *Teoría del hipertexto*. Barcelona-Buenos Aires: Paidós. Edición original (1994): *Hyper Text Theory*. Baltimore y Londres: The Johns Hopkins University Press.
- MIALL, David (1997). *Reading and writing hypertext*. Department of English. University of Alberta, Canadá. Consultado en julio de 2000 en: <http://www.ualberta.ca/vdmiall/hypread.htm>
- NIELSEN, Jacob (2000). *Usabilidad. Diseño de sitios web*. Madrid: Pearson. Edición original (2000). *Designing web usability*. Indianápolis: New Riders. Página web del autor: www.useit.com, consultada el 13 de marzo de 2001.
- PÉREZ-LUQUE, María José y Maider PEREA FORONDA (1997). «El actual Periodismo Online», *Mirandum Magazine*, IVm Ed., Madruvá, Brasil. Consultado el 4 de abril de 2000 en: www.hottopos.com/MirLibro/index.htm
- PETERSON, Yazeed y Derek KEATS (1998). *Enhancing learning through hypertext? Considerations and challenges for Internet based Environmental Education*. Botany Department. University of the Western Cape. Consultado en mayo de 2000: www.botany.wuc.ac.za/infoprep/
- ROST, Alejandro (2001). *La construcción de la actualidad en el periódico digital. Qué participación tiene el lector: la interactividad y el hipertexto*. Trabajo de doce créditos en el Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Sin publicar.
- (2000). *Hipertexto*. Elaboración y fundamentación de una estructura hipertextual para un ensayo. Trabajo realizado en la asignatura Hipertexto, Hipermedia e Hiperimagen dictada por el doctor Josep Català Domènech, en el Doctorado de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona. Sin publicar.
- TOLVA, John (1996). «Ut Pictura Hyperpoesis: Spatial form, visibility and the digital world». *Hypertext 96*. Washington DC: Washington University.
- VERON, Eliseo (1995). *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa. Edición original: *Construire l'é vénement* (1981). París: Les Editions de Minuit.

Alejandro Rost es investigador y docente en las cátedras de Redacción Periodística en la Universidad Nacional de Comahue (Argentina). Es Master en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente, está redactando la tesis doctoral sobre «La interactividad en el periódico digital» para esta misma universidad. Su especialidad es la interactividad y el hipertexto en el periodismo digital.