

Importancia del hipertexto en los Medios Digitales Importance of Hypertext in Digital Media

Carlos Enrique Piscoya O.

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá

carlos.piscoya@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0002-1152-3136>

DOI: <https://doi.org/10.48204/contacto.v4n2.6687>

Recibido: 15/07/2024

Aceptado: 25/08/2024

RESUMEN

Hoy día, los diferentes avances tecnológicos en el uso adecuado del hipertexto en portadas digitales que se vienen presentando en todas las disciplinas del conocimiento humano, son cada vez más notorio. Por lo que, en el caso de los periódicos digitales o ciberperiodismo, se observa por internet, en países como España, América Latina y Panamá, existen diferentes presentaciones, estilos de portadas digitales con amplios despliegues de informaciones de carácter económico, político, social, deportivo, entre otros aspectos de sus respectivos países. En efecto, en nuestro medio vemos que las portadas de los rotativos tradicionales de carácter comercial como: El Diario La Prensa, El Panamá América, La Estrella de Panamá, El Siglo, entre otros, han tenido que adecuar su imagen, e incorporar a un nuevo formato o diseños para ser ubicados a la Web. Esto también, ha conllevado a que la escritura tradicional lineal de estos medios digitales sufra una modificación con la instauración de la estructura del hipertexto, cuya modalidad no lineal, haga que sus informaciones sean interactivas, interesantes más atrayentes para sus lectores influyendo de este modo en la economía empresarial.

Palabras Clave: importancia, hipertexto, medios digitales.

ABSTRACT

Today, the different technological advances in the appropriate use of hypertext in digital covers that are being presented in all disciplines of human knowledge are increasingly noticeable. Therefore, in the case of digital newspapers or cyberjournalism, it is observed on the Internet, in countries such as Spain, Latin America and Panama, there are different presentations, styles of digital covers with wide displays of information of an economic, political, social, sports, among other aspects of their respective countries. In fact, in our environment we see that the covers of traditional commercial newspapers such as: El Diario La Prensa, El Panamá América, La Estrella de Panamá, El Siglo, among others, have had to adapt their image, and incorporate a new format or designs to be placed on the Web. This has also led to the traditional linear writing of these digital media undergoing a modification with the establishment of the hypertext

structure, whose non-linear modality makes its information interactive, interesting and more attractive to its readers, thus influencing business economics.

Keyword: Importance, Hypertext, Digital Media

Introducción

Por lo general, por muchos años el predominio de las informaciones textuales en los diferentes diarios escritos tradicionales se efectuaban de manera lineal, es decir, para trasladarse a las lecturas de las informaciones de las portadas y otras páginas internas de interés del lector se tenía que hacer el respectivo pase de las páginas, características del diseño periodístico predominante.

Posteriormente con el surgimiento de la Web 2.0, el periodismo digital, como nueva modalidad en el ciberespacio impuso sus elementos, características, estilos propios haciendo más innovadores e interactivos sus contenidos informativos, de esta manera la figura del soporte del hipertexto en los periódicos en la red toma gran fuerza producto de la revolución digital.

La autoproclamada revolución digital llega hasta nosotros, llena de gritos y ruidos que, en sus vertientes más apocalípticas, anuncian la transformación de nuestra sociedad y cultura merced al surgimiento de un nuevo sistema social y cultural, de alcance global, Manuel Castells (1997).

Esta investigación se enmarca en conocer los efectos del hipertexto en las portadas y su influencia en la comunicación del diario La Prensa y La Estrella de Panamá 2023.

El hipertexto como nuevo paradigma de la textualidad en estos diarios digitales ha adquirido una nueva dimensión relevante por ser una estructura textual con numerosas potencialidades en las ediciones digitales de sus contenidos interactivos que tienen incidencia en el plano cultural, social, político y económico, lo cual traduce en cambios de conductas y transformaciones que determinan la actuación del ciberlector.

Pierre Lévy (1995) manifiesta que manejamos una universalización sin totalidad, porque todo sería fragmento de un inmenso hipertexto móvil, condenado a reactualizarse siempre en un “baño bullente de vida”. Entiéndase aquí que por totalidad o totalización el cierre semántico, la unidad de la razón, la reducción a un común denominador, la estabilización de una diversidad. Cuando más universal, menos totalizable, es el lema de la Era de la información.

Concepto hipertexto

Ante de profundizar sobre el hipertexto, por especialistas en esta materia, es importante manifestar lo que argumentan los teóricos pioneros del hipertexto Vannevar Bush y Theodor H. Nelson quienes indican en los textos impresos presentan serios obstáculos a los lectores, que se resumen en el hecho de que la fijación de la información en un formato lineal inalterable hace que no siempre sea fácil recuperarla.

Tales señalamientos por estos expertos indican que los periódicos impresos eran de recompensa tardía, debido a que este medio su impresión era en las rotativas, en cambio con el periodismo on line la impresión cambio por ser instantánea. Como señalando Aarseth (2006) citando a Nelson (1981) “La expresión fue acuñada por Theodor H. Nelson en los años sesenta, para referirse de un tipo de texto electrónico: Con hipertexto me refiero a una escritura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de textos conectados entre si por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario” 1993:15.

Ambos tratadistas concuerdan que el lenguaje periodístico digital que se inició semejante al de los periódicos analógicos utilizaba las series lingüística, paralingüística y no lingüística, lo que puede ahora añadir imágenes en movimientos, videos, sonidos en sus contenidos que le facilita el lenguaje múltiple.

Hay que señalar, que el hipertexto pasa a representar a un medio informático que relaciona información tanto verbal como no verbal. Al respecto López (2004) subraya: “Hablar de ciberperiodismo supone hablar de hipertexto. Si el ciberperiodismo es el sistema combinatorio comunicacional, el hipertexto es su expresión llevada a las últimas consecuencias, porque permite la interrelación de texto, imagen y datos a través de conceptos comunes, y ellos a través de documentos creados por diferentes personas, que probablemente no se conozcan entre si y trabajen para medios o instituciones diferentes” (P,177)

Por su parte, otro especialista en esta materia como EDO(2000) visualiza y hace algunas diferenciaciones sobre el hipertexto, multimedia e hipermedia al señalar: “Cuando además de las series visuales de periodismo escrito se utilizan el sonido, el video y las gráficas interactivas y se ofrece al público una información periodística que se puede considerar multimedia, no se puede solo referir al hipertexto; puesto que se utilizan todos los soportes hay que hablar de hipermedia que, aplicando las mismas técnicas, hace compactible el texto, el sonido y las imágenes fijas o en movimientos y los gráficos. Se sincronizan así en el tiempo y en el espacio informaciones que inicialmente no tenían ninguna conexión y se presentan con un lenguaje múltiples y que combinará los códigos del periodismo escrito y el audiovisual en cada una de las noticias” (EDO. 2000:93)

Es importante indicar, de todo lo expuesto hasta el momento, nos conlleva a indicar que el internet ha creado en el periodismo digital una interacción entre el ciber periodista y el usuario. A través del hipertexto el ciberperiodismo ofrece una visión fragmentada de la sociedad a partir de sus redes y nexos, y sus múltiples posibilidades de interacción. La interacción del usuario con el ciberperiodismo se da siempre en el ámbito que éste elije la información de su agrado que desea acceder, sin embargo, el lector tiene la oportunidad de interactuar efectivamente con el medio de comunicación o el emisor del contenido.

En este mismo sentido, otro estudioso como Nobre Nojosa (2007) defiende la idea que el hipertexto delante de la comunicación escrita denuncia la separación entre emisor y receptor, pues la imposibilidad de interacción en el contexto de la construcción del texto tornase frágil a la comunicación escrita. El hipertexto es un conjunto de nodos de significaciones interrelacionados por conexiones entre palabras, páginas, fotografías, imágenes, gráficos, secuencias sonoras etc. De esta manera las narrativas digitales

superan las limitaciones de la superación tradicional oral y escrita, pues no busca sentido en aislar o fragmentar el sentido del texto o el discurso, sino al contrario, en ampliar las redes de significaciones.

De esta manera, tenemos que la excesiva cantidad y redundancia de la información, así como los nuevos hábitos de lectura hipertextual amenazan con debilitar los flujos comunicativos generando desinformación. Por lo tanto, se debe gestionar y estructurar de manera estructurada la comunicación en la red utilizando las nuevas posibilidades tecnológicas, que pasan hacer una de las principales labores del comunicador digital. Cautivando de esta manera cada vez más la participación cualitativa de sus usuarios, lo que contribuirá en aumentar la audiencia del medio para el cual labora.

Cabe destacar, que Nobre Nojosa (2007) “el hipertexto estimula la narrativa expresando la diversidad y multiplicidad. En la dinámica de la sociedad contemporánea, no caben modelos tan precisos como los que contemplan la tradición oral y escrita. El lenguaje del hipertexto retornase el espacio discursivo capaz de elaborar directivas orientadoras para el proceso de la comunicación global”.

En este sentido, Castells (2001) aporta una indicación valiosa al respecto más allá del simple concepto de hipertexto para observar como se determina el lenguaje, tecnología y usuario: “Quizás el hipertexto no exista fuera de nosotros, sino más bien dentro de nosotros. Es posible que nos hayamos creado una imagen excesivamente material del hipertexto electrónico. O sea, una imagen del hipertexto, como un verdadero sistema interactivo, digitalmente comunicativo y electrónicamente controlado, dentro del cual todas las piezas sueltas de la expresión cultural pasada, presente y futura en todas sus manifestaciones, podrían coexistir y recombinarse. Este hipertexto será factible tecnológicamente en la era de internet, pero no existe porque no hay suficiente interés para ello” (229)

Todos estos señalamientos vertidos por estos tratadistas nos conllevan sobre la importancia del hipertexto en el periodismo digital que rompe con la forma tradicional de la lectura que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y otros datos diferentes.

Así vemos que, a través de los links o enlace incluidos en el texto principal de cualquier medio digital, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí que se almacenan por separados sin sufrir las consecuencias de la falta de espacio o de tiempo de emisión.

Características generales del hipertexto

Al poner énfasis en la asociación de ideas y significados, el hipertexto adquiere una estructura ramificada, pudiendo ser explorado por el usuario de diferentes maneras, o sea, de una forma no lineal. Una descripción genérica del hipertexto incluye las siguientes características según (Picher, et al 1991):

1. Sus elementos básicos son los nodos y los links. Los nodos son unidades de información muy flexibles, atendiendo al tipo y al número de datos que contienen. Los links son líneas de referencia cruzada que establecen una relación entre nodos.

2. Su complejidad depende del número y calidad de los nodos y del número de links que se establecen entre ellos, originando una estructura ramificada muy diferente a la estructura lineal que caracteriza al texto convencional.
3. Su estructura ramificada permite al usuario moverse rápida y secuencialmente de tema a tema (de nodo a nodo).
4. El énfasis de su uso (lectura) y de su producción (escritura) incide en el establecimiento de conexiones y relaciones entre los temas y entre los conceptos.
5. Los documentos que origina están siempre por acabar. Los usuarios pueden volverse autores, al introducir nueva información, al establecer nuevos links, y al incluir sus propias anotaciones en la obra que estaban consultando.
6. Los usuarios asumen un papel activo, debido a las interacciones que el hipertexto permite.

Kahn y Meyrowitz (1988) argumentan que el hipertexto crea un ambiente particular que permite al usuario integrar materias multimedia de diferentes fuentes, crear ramas de pensamiento y argumento, subrayar materias, establecer diferentes niveles de detalle acerca de un determinado asunto, poner en perspectiva formas paralelas de un mismo texto, conservar versiones diferentes de un texto dado (correspondientes a fases diferentes de elaboración, por ejemplo), evidenciar líneas de intereses, y publicar bases de ideas construidas en colaboración con otros usuarios y que se renuevan continuamente.

Métodos y Resultados

La investigación se enmarca en la línea de una investigación documental, debido a que busca establecer la hipertextualidad como nueva forma de navegar y acceder a la información de los lectores, iniciándose con un estudio exploratorio de la búsqueda teórica en documentaciones escrita.

Este estudio descriptivo permite observar la hipertextualidad como nueva estructura en las informaciones de los periódicos digitales en estudio y las perspectivas de los ciberlectores estudiantes como los docentes ayudando así a describir como la aplicación de las redes sociales favorece el aprendizaje de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

La muestra de la investigación será una muestra intensional en el estudio de los diarios digitales de la Prensa y la Estrella de Panamá, durante un periodo de seis meses, de los cuales se analizarán dos periódicos por semana de los titulares en las portadas.

Conclusiones

Producto de las bibliografías consultadas permiten argumentar que el hipertexto viene a modificar la escritura lineal que por muchos años domino los periódicos impresos.

Desde la implementación del hipertexto en el periodismo digital, conlleva al ciberlector mediante los enlaces a navegar a las informaciones de su interés.

El Internet efectuó un cambio en el periodismo convencional a la digital proporcionando a la audiencia nuevas formas de ver este medio electrónico sobre los sucesos de una manera inmediata.

Referencias Bibliográficas

- Bernal Triviño, A. I. (2015). *Herramientas digitales para periodistas: guía práctica para el periodismo online*: (ed.). Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/upanama/57808?page=4>
- Castells, Manuel (1997). *La era de la información*. (Vol. 1 e 2). Madrid, Alianza. (2001). *La galaxia Internet*. Madrid, Areté
- Di Palma, G. (2010). *Introducción al periodismo: internet y tecnología digital: prensa gráfica – radio y TV*: (ed.). Editorial Brujas. <https://elibro.net/es/lc/upanama/titulos/78047>
- Landow, G. (1993). *El hipertexto*. Barcelona, Paidós.
- López, M. (2004): *Cómo se fabrican las noticias*. Barcelona, Paidós.
- Edo, C.: (2000). *Las ediciones digitales de la prensa: los columnistas y la interactividad con los lectores*. Revista Estudios sobre el mensaje periodístico, nº 6. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense
- Edo. C. (2009) *Periodismo Informativo e Interactivo*. Alfaomega. México
- Palomo Torres. María Bella. (2004) *El periodismo On Line: de la revolución a la evolución*. Ediciones y Publicaciones. España
- Picher, O., Berk, E., Devlin, J., y Pugh, K. (1991). *Hypermedia*. En E. Berk y J. Devlin (eds.). *Hypertext/hypermedia handbook*. New York: Intertext Publications, 23-52
- Redondo, M. (2018). *Verificación digital para periodistas: manual contra bulos y desinformación internacional*: (ed.). Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/upanama/titulos/59135>
- Kahn, P., y Meyrowitz, N. (1988). *Guide, Hypercard and Intermedia. A comparison of hypertext/hypermedia systems*. Providence, RI: Brown University

Conflicto de interés

El autor de este trabajo declara no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso

