



Question

Periodismo / Comunicación
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-Compartir Igual
4.0 Internacional



Hipertexto, multimedia e interactividad del ciberperiodismo: La website de
Tabasco Hoy Flavio César Díaz Rodríguez; Verónica García Martínez

Question/Cuestión, Nro.71, Vol.3, abril

2022ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e685>

Hipertexto, multimedia e interactividad del ciberperiodismo

La website de Tabasco Hoy

Hypertext, multimedia and interactivity in the cyberjournalism

The website of the Tabasco Hoy newspaper

Flavio César Díaz Rodríguez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Educación y Artes
México

flaviodiaz797@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3999-4714>

Verónica García Martínez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Educación y Artes
México

veronica.garcia@ujat.mx

<http://orcid.org/0000-0001-5299-3540>

Resumen

Se presenta un estudio de los recursos digitales de un periódico de circulación regional, en cuanto a los usos y limitaciones del hipertexto, la multimedia y la interactividad, variables inherentes al ciberperiodismo. A través del análisis de contenido cuantitativo se dio seguimiento a sus publicaciones durante los meses de octubre a diciembre de 2021 para lo cual se diseñó un instrumento de recogida de datos a fin de observar la manera y frecuencia con que se utilizan estos recursos en su plataforma digital. Se concluye que el sitio web del diario ha desarrollado las características del ciberperiodismo de manera desequilibrada y parcial. Los elementos periodísticos que constituyen los géneros por el dominio de contenidos informativos suelen ser breves en texto, marginando la estructura hipertextual intranodal y la capacidad de otorgar fuerza con recursos multimedia.

Palabras clave: ciberperiodismo; hipertextualidad; multimedialidad, interactividad

Abstract

A study of a regional newspaper's digital resources is presented in reference to the use and limitans of its hypertext, its multimedia and its interactivity, variables which are inherent to cyberjournalism. The publications of the newspaper were followed up from October to December 2021 using quantitative content analysis. A data collection instrument was designed in order to observe the way and the frequency in which these resources are used in its digital platform. It is concluded that the newspaper's website has partially and unevenly developed the characteristics of cyberjournalism. The journalistic elements that constitute these genres due to the informative nature of their content are usually brief in text, marginalize their hypertextual and intranodal structure and their capacity to give strength through multimedia resources.

Keywords: cyberjournalism; hypertextuality; multimediality, interactivity

Introducción

El cambio tecnológico ha modificado las actividades humanas en todas sus dimensiones como la internet, cuya plataforma ofrece gran diversidad de posibilidades de interacción entre las personas. En la actualidad todos buscan tener presencia en el ciberespacio, y en este sentido el periodismo del nuevo siglo se adapta a la sociedad de la información,

particularmente cuando se convierte en un tipo de comunicación digital, hipertextual, interactiva y multimedia. En teoría esto señala una nueva forma de elaborar, construir y difundir los contenidos periodísticos lo cual obra a favor de la innovación periodística (Marañón, 2014).

La necesidad de participar en la esfera virtual parte de la creciente utilización de la internet. En México por ejemplo el 76.6% de la población urbana es usuaria de este medio, razón por la cual la prensa enfrenta desafíos tecnológicos. Bajo esta lógica la prensa busca adaptarse y reinventarse ante el abrumador panorama digital de consumo en comparación con los medios convencionales (Salaverría, 2019). Es decir que el periodismo digital cobra importancia para el lector ya sea por su rapidez, por su interactividad o por su estilo directo y que les da la facilidad de poder seleccionar la información según el interés del lector.

Con la irrupción de nuevo modelo periodístico y sus contenidos digitales, surge la necesidad de observar los posibles reacomodos en la actividad periodística, entre ellos las formas de hacer periodismo o la evolución o continuidad de los géneros icónicos de las formas periodísticas tradicionales al periodismo digital. En tiempos recientes, las investigaciones se orientan a identificar, categorizar y describir sus nuevas variables: interactividad, multimedialidad, hipertextualidad y la inmediatez constante (Salaverría, 2019;). De acuerdo ellas, los estudios sobre el tema construyeron una base conceptual para el nuevo modelo de periodismo en vías de desarrollo.

Variables del Ciberperiodismo

A partir de la mitad de la década de los noventa, con la reinención de la internet y el inicio de los sitios web, se presentan los primeros indicios de información periodística en dichos espacios digitales. Ante tal suceso, se inició el debate sobre si se trataba de una nueva idea de realizar periodismo o sólo de la migración de información a otras plataformas, conservando las mismas cualidades de la prensa escrita, es decir si se traspasa el mero alojamiento en el medio digital y efectivamente existe una variación en el proceso de elaboración de los contenidos informativos (Díaz-Noci, 2001). Al inicio de la translación de un modo a otro, los medios no descubrieron las capacidades ilimitadas que el internet les podía brindar, por lo que solo trasladaron la información del periodismo convencional a los sitios web (Salaverría, 2005).

La transformación plena de lo que se clasifica como periodismo en la red, sucede de manera lenta, pero avanza de tal modo que va ganando terreno. En este avance se identifican algunos factores que ayudan en el impacto del trabajo periodístico virtual, como la integración de hipervínculos, que permiten hacer extensiva la lectura de un tema. Bajo la concesión de internet se dicta un nuevo paradigma y no un episodio más de lo tradicional (Rojano, 2008), de tal manera se deduce que se trata de otra modalidad del periodismo y no solo de una técnica difusiva; más bien es otro estilo con diferentes características aún sin definir y en vías de conceptualización.

El periodismo en la era digital adopta varios títulos como periodismo *online*, electrónico o en red. No es cuestión de estética en la elección de las palabras, sino de profundizar en su singularidad y partir de allí para la creación del término preciso. Uno de los autores destacados en los estudios referentes al periodismo en la era digital, Salaverría, define al emergente modelo de comunicación como ciberperiodismo. Además, sostiene que “es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos” (2005, p. 17).

De acuerdo a eso, la definición más adecuada cuyo concepto es fiel a su origen es: ciberperiodismo. El prefijo 'ciber' hace referencia a la disciplina que analiza a la comunicación y los dispositivos de máquinas automáticas, en pro del control y las relaciones entre la sociedad, es decir la ciencia de la cibernética (Gómez y Méndez y Leal Gil, 2001). En términos generales el concepto de ciberperiodismo se utiliza para referirse al trabajo periodístico en la internet, vinculado directamente con la modernidad tecnológica y asistido en el espacio artificial de los sitios web, para su elaboración, investigación y difusión sobre cualquier tema (Gascón y Seura, 2012).

El ciberperiodismo es un nuevo modelo de la comunicación, que incrusta sus bases en el internet, las plataformas web, la social media y los mecanismos digitales y un nuevo método de producir y publicar contenidos informativos y periodísticos. Sin embargo, la dinámica que ofrecen las plataformas digitales hace posible los ajustes y reacomodos en los géneros periodísticos, de la misma forma las actualizaciones en los contenidos informativos siguen su curso natural. Dicho de otro modo, el ciberperiodismo se encuentra en un estado líquido, se mantiene siempre en evolución y revolución, en un estado de metamorfosis (Perceval, 2008).

Se pueden distinguir tres ejes fundamentales del ciberperiodismo: a) las vías de lectura múltiples a través de enlaces, b) la posibilidad de reforzamiento audiovisual, con imágenes, gráficos y videos, y c) la intervención de la opinión del cibernauta a través de la lectura de los contenidos periodísticos. A estas características que también son nominadas variables se les conoce como hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, respectivamente. La primera de ellas la hipertextualidad, es la propiedad textual que distribuye enlaces en la redacción web de los contenidos periodísticos, con palabras claves interconectadas con nodos, con el fin de relacionar y ampliar la lectura de un determinado tema (Figura 1). Esta tecnología agrupa internamente un repositorio de información similar que un momento dado pueda tener conexión con uno o más temas periodísticos (Arias-Robles y García-Avilés, 2016).

The New York Times

EN ESPAÑOL | El secreto del éxito de los Medias Blancas: sus jugadores latinos

En términos de números (el [28 por ciento](#)) y talento ([Fernando Tatis Jr.](#), [Vladimir Guerrero Jr.](#) y Juan Soto), los latinos forman una columna vertebral vibrante e importante para las Grandes Ligas de Béisbol. Quizá ningún equipo lo sepa mejor que los Medias Blancas, que tienen una rica tradición de jugadores cubanos y juegan en el lado sur de Chicago, una comunidad con grandes poblaciones negras y latinas.

El ascenso de los Medias Blancas desde las profundidades de la División Central de la Liga Americana hasta ganar el primer título de división del equipo desde 2008 y transformarse en una de las escuadras más emocionantes del béisbol ha coincidido con el desarrollo de latinos prominentes en la alineación. Entre ellos se encuentran [el primera base y líder veterano del equipo, José Abreu](#), de 34 años, actual ganador del Premio al Jugador Más Valioso de la Liga Americana; el tercera base Yoan Moncada, de 26; el jardinero izquierdo Eloy Jiménez, de 24, y Luis Robert, también de 24.

Figura 1: Hipervínculos (en azul) presentes en el cuerpo del texto (The New York Times, 2021).

Existen dos tipos de enlaces: interno y externo, los internos son aquellos que enlazan las pestañas y ventanas que componen un mismo sitio web. Todas estas páginas se encuentran normalmente en el mismo servidor WWW, así que funcionan para agilizar el proceso de navegación. Los externos permiten saltar desde una página hasta otra y puede estar en cualquier otro lugar de la internet, sirven para dar referencias o ampliar el contenido de determinada publicación.

De igual manera, el hipertexto que se pudiera utilizar en el cuerpo de la redacción de un género ciber periodístico, es identificado en tres modelos: lineal, ramificado y jerárquico. El hipertexto lineal es una secuencia única y necesaria entre nodos. Suele ser la usada en procesos de secuenciales o en formularios, en los cuales para poder realizar la transacción debes pasar por diversos nodos anteriores (Florián y Gómez, 2014). El ramificado es similar a la estructura de navegación lineal con la aparición de subnodos que ofrecen mayor interacción para los usuarios, y que es habitual en narraciones interactivas (idem). Y el jerárquico es el clásico modelo de organización de la información en forma de árbol, de lo general a lo particular.

La multimedialidad se entiende en el contexto digital como la utilidad en conjunto de diversos recursos de información, como el texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo ambiente, de manera separada o compuesta (Guallar y Abadal, 2009). La imagen o fotografía, se presenta en las portadas y dentro o fuera de la redacción ciberperiodística, ya sean imágenes de archivos o fotografías actuales de los sucesos. Debido a los extensos formatos que ofrece el mundo digital, los más comunes son JPEG, PNG o GIF, aunque también se hace uso de combinaciones estéticas como la infografía, que recolecta dibujos y texto, para una mejor organización visual.

Bajo esa línea, el vídeo, ofrece una diferente perspectiva de la información en comparación con el texto, puede facilitar el entendimiento del tema y ahorra tiempo en la lectura. En tanto, el audio, permite dar crédito al protagonista de las palabras de viva voz, como evidencia y como aporte a la experiencia multimedia en la web. Esta dimensión artificial, comprende una amplia gama de medios, empleados en la narrativa de los géneros periodísticos, la organización de los gráficos, el texto, y el audio, complementa y acerca al entorno real al lector (Herrero, 2021). Dicha agrupación de elementos como la imagen y el audio en el soporte digital, permite emitir más de un mensaje a la vez, pero al mismo tiempo con la misma o diferente dirección e intención.

Esta multimedialidad es planteada por Salaverría (2005) en dos tipos: por yuxtaposición y por integración (Figura 2). Por yuxtaposición cuando los audio o imágenes están presentes en el sitio web, pero en diferentes lugares del contenido periodístico, no atados a la redacción; por

integración, cuando son parte de la misma unidad del género periodístico, por ejemplo, los videos presentes antes o después de la lectura periodística.

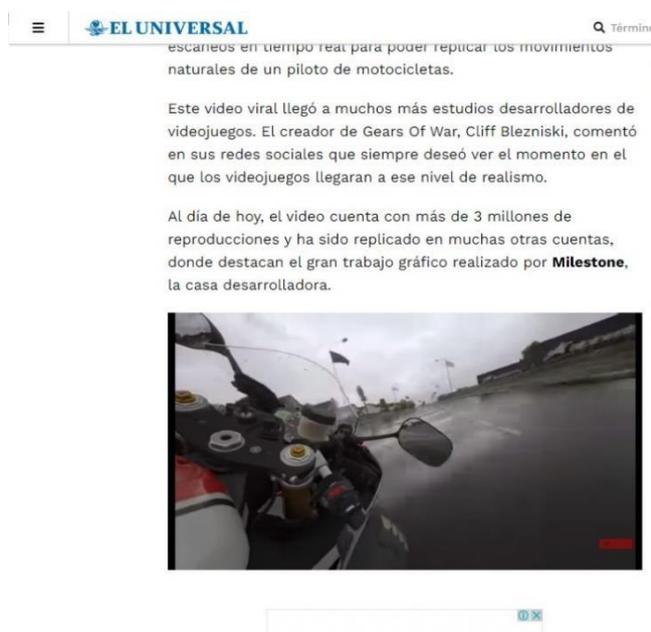


Figura 2: El vídeo como elemento multimedia, integrado con la redacción periodística (El Universal, 2021).

La interactividad, es entendida como la posibilidad que tiene el lector de poder participar en los contenidos periodísticos en la web, uniéndose a la conversación colectiva de mantener un diálogo con el propio autor (Herrero, 2021). Esta característica es totalmente nueva del ciberperiodismo, en relación con la prensa tradicional, denominado por McLuhan como un medio caliente, donde no existe la retroalimentación, ni la participación activa del lector, y por lo tanto se mantiene en la pasividad (Figura 3). La interactividad es esa suficiencia gradual e intrínseca de lo digital para atender a los usuarios, simulando una conversación presencial (Rost, 2006). Es una conexión directa con el cibernauta, aunque de manera asincrónica, pero está presente como uno de los grandes fuertes de la modalidad periodística virtual.

En ese sentido, Salaverría (2005), señala cuatro grados de interactividad en los lares del ciberperiodismo. 1) De transmisión: la que dicta la opción de activar o desactivar las posibilidades de un contenido audiovisual, como un video o *streaming*; 2) De consulta: el lector tiene la posibilidad de elegir que mecanismo es la vía más adecuada para su participación; 3) Conversacional: el lector tiene la capacidad de convertirse en emisor de mensajes, por ejemplo, en el área de comentarios o chat, y; 4) De registro: el lector del sitio web, tiene la habilidad de crearse un perfil de usuario y en consecuencia tener búsquedas personalizadas.



Figura 3: De registro, tipo de interactividad para la creación de un usuario (Reforma, 2021).

Una de los elementos de la interactividad conversacional que destaca, es el comentario, ya que permiten la posibilidad de emitir una crítica a la información por parte del lector y una retroalimentación por parte del cibermedio. La interactividad de consulta se vincula con los botones de compartir información, los iconos de las redes sociales u otras plataformas de comunicación digitales, y cuando los lectores lo pulsan, se les abre directamente la URL para su participación activa con la noticia. La presencia de los anteriores elementos interactivos, abre la posibilidad de iniciar diálogos, así como de la presencia de distintas opciones con las que el cibernauta puede entrar en contacto, desde el correo electrónico, botones web o *banners* interactivos que buscan adentrarse en puntos activos del lector.

Con el ejercicio y práctica del ciberperiodismo, y en una época donde gran parte de la información de toda índole se almacena en internet, la cantidad de información suele ser abundante. Por lo mismo, se puede encontrar información útil, con datos verificados, y de la misma manera hallar *fake news*, o contenidos con titulares sensacionalistas, fenómeno conocido como *clickbait*. Por tal motivo, y porque en internet en general no existen regulaciones que sancionen estas actividades, diversos autores han estudiado la evolución de los géneros periodísticos alojados en los dominios web.

Géneros ciberperiodísticos

Durante un largo tiempo se utilizaron las reglas de los géneros periodísticos para su publicación en los sitios web, pero frente a la constante evolución del ciberperiodismo, se tuvieron que transferir las categorías periodísticas al ciberperiodismo. No se trata de una teoría que postule a los géneros ciberperiodísticos como una nueva clasificación, sino como una reinención de lo tradicional. Así pues, considerando las características de la hipertextualidad, la multimedia y la interactividad, Ureta (2010) apunta que la narrativa y la taxonomía de los géneros en cuestión, mantienen la necesidad de adaptarse acorde al cibermedio que habite, a partir de nuevas formas tanto secuenciales como dinámicas.

Lo anterior implica apropiarse de un lenguaje, de técnicas multimedia, y de estilos de hipertexto e interactividad, de acuerdo al espacio digital en el que se encuentre, y se desarrolla el género ciberperiodístico en cuestión, ya sea reportaje, columna, nota informativa, crónica o artículos. Algunos de estos géneros tradicionales han evolucionado como el reportaje, que ahora en el argot digital, se le conoce como reportaje multimedia, el factor audiovisual y la apuesta por lo interactivo y multimedia marcan los procesos de adaptación e innovación (Trillo-Domínguez y Alberich-Pascual, 2020).

La website de Tabasco Hoy

Fundado en 1987, Tabasco Hoy es un periódico que se publica diario con sede en Villahermosa Tabasco, México, con un tiraje aproximado de 50 mil ejemplares al día, una distribución en los 17 municipios de la entidad y otros de los estados vecinos. Su cobertura le valió convertirse en el papel informativo de mayor circulación en la región. Pertenece a un

corporativo de creación y distribución de contenido de diversa índole, con otras sedes en ciudades circunvecinas. Los planes de lanzar una edición en internet de su edición impresa comenzaron en 1996, con el objetivo de incursionar en el periodismo digital.

En el 2000 requirió de diversos mecanismos tecnológicos para llegar de manera más eficaz a un mayor público, y a través de Internet comenzó a distribuir información en audio, video y texto. Una década después con un dominio web en vías de la consolidación, a mediados del 2006 el sitio de internet TabascoHoy.com se lanzó, convirtiéndose en el primer diario o medio de comunicación de Tabasco con tener presencia en la web e información en tiempo real, intentando emular a los portales de noticias de los diarios nacionales e internacionales, iniciados a principios del año 2000.

En un comienzo el sitio web, era especie de blog en línea con secciones y notas periodísticas convencionales, pero la opción de comentar en las publicaciones representó primeros indicios de la interactividad. De igual manera, contaba con la pestaña Foros Opina, una ventana para el intercambio de ideas sobre distintos temas en boga, además de un buzón para el uso del lector, para contactar con cualquier mensaje al diario en cuestión. Con el paso del tiempo, y la creciente dinámica tecnológica el sitio web fue ampliando su contenido y diseño, adaptaron el medio para las nacientes y las afianzadas redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, Instagram, Telegram entre otras. En dichas plataformas conecta a su audiencia por medio de *hashtags*, como #ComunidadTH.

En la actualidad, de acuerdo a cifras de Grupo Cantón Medios y Turismo, se reporta alrededor de medio millón de visitas al mes en el sitio web del diario Tabasco Hoy y en la misma línea digital, su *fanpage* de Facebook, rebasa el millón de *likes* y un alcance mensual de más de 11 millones de personas. Con esto, se proyecta como el medio electrónico más trascendental e importante de su entidad y del sureste mexicano.

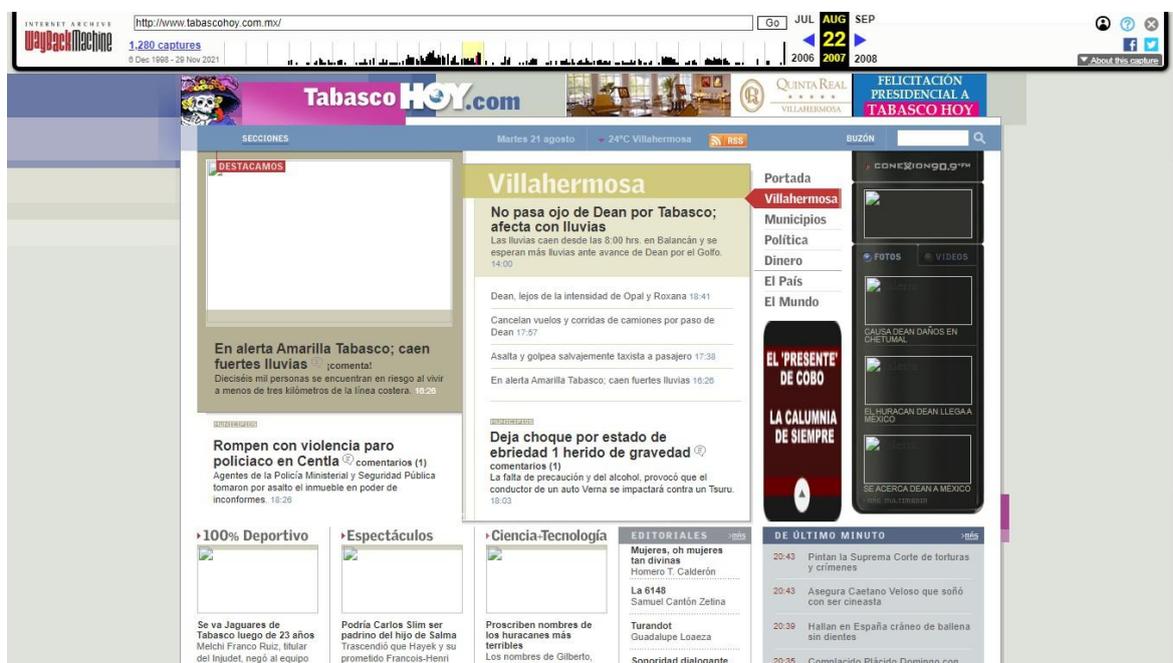


Figura 4: Sitio web del diario *Tabasco Hoy* en agosto de 2007 (Tabasco Hoy, 2021)

Metodología

El enfoque metodológico que se utilizó en el presente estudio es cuantitativo, que en la perspectiva de Hernández Sampieri et al. (2014), posibilita analizar las variables en un determinado escenario, utilizando métodos estadísticos y por consiguiente la deducción de las conclusiones objetivas. Tiene un propósito descriptivo de tipo transversal ya que ofrece exponer la presencia de determinadas características o cualidades de un grupo específico, y en un proceso cuantitativo, la observación y el estudio de las variables que ocurren en un solo momento (Rodríguez y Mendivelso, 2018; Ramos Galarza, 2020).

La técnica de investigación que se empleó fue el análisis de contenido (AC), técnica de indagación y búsqueda objetiva, que tiene en cuenta la verificabilidad de las variables, en pro de la sistematización de datos cuantificables y el procesamiento del contenido en manifiesto (Vilches, 2020). Permitió la posibilidad de examinar a detalle cada elemento que describe a las tres variables en estudio, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, cada una con diferentes ramificaciones (estructura del hipertexto, agentes multimedia y elementos

interactivos) y profundizar en la investigación con el fin determinar la presencia de dichas características en los contenidos ciberperiodísticos del sitio web del diario Tabasco Hoy.

Se diseñó una hoja de registro, recurso en el cual se expresan las variables asumiendo diferentes formas de interrogación, de aproximación a la realidad para obtener datos observables o información que pongan en diálogo al investigador con la realidad en estudio (Cohen y Gómez Rojas, 2019). En esta, se diseccionó el contenido de cada publicación ciberperiodística, donde se identifican las siguientes variables: Diario, No de hoja, género ciberperiodístico, sección, temática, fecha, titular, y las características principales, hipertexto, multimedia e interactividad, y sus diferentes tipos, constituyendo así, dicha herramienta.

El universo para este estudio es la totalidad de contenidos ciberperiodísticos distribuidos en cada sección (Tabasco, México, Mundo, Política, Economía, Seguridad, Columnistas, Like, Deportes, Tecnología, Vivir bien y Unis y más) del sitio web del diario Tabasco Hoy. De acuerdo con Arias (2012), la población “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (pág. 57). En este caso, el objeto de estudio es la sección «Tabasco > Destacados», que son aquellos contenidos informativos que aparecen con prioridad, de acuerdo al diseño web, en la sección de noticias estatales.

Se realizó un muestreo no probabilístico la selección de los sujetos u objetos a estudio depende de ciertas características o criterios que el investigador considere en ese momento (Otzen y Manterola, 2017). En este caso todas las publicaciones o contenidos ciberperiodísticos se encuentran dentro de una misma plataforma en el dominio web del diario en cuestión. Los criterios de selección fueron: aquellos contenidos ciberperiodísticos destacados de la sección «Tabasco», etiqueta que la propia web enmarca en su diseño de página, con un recuadro de mayor tamaño, y que fueron publicadas a partir del 4 de octubre al 31 de diciembre de 2021, ya que durante esa fecha se cumplieron 13 semanas, lo que implica un 25% del año 2021.

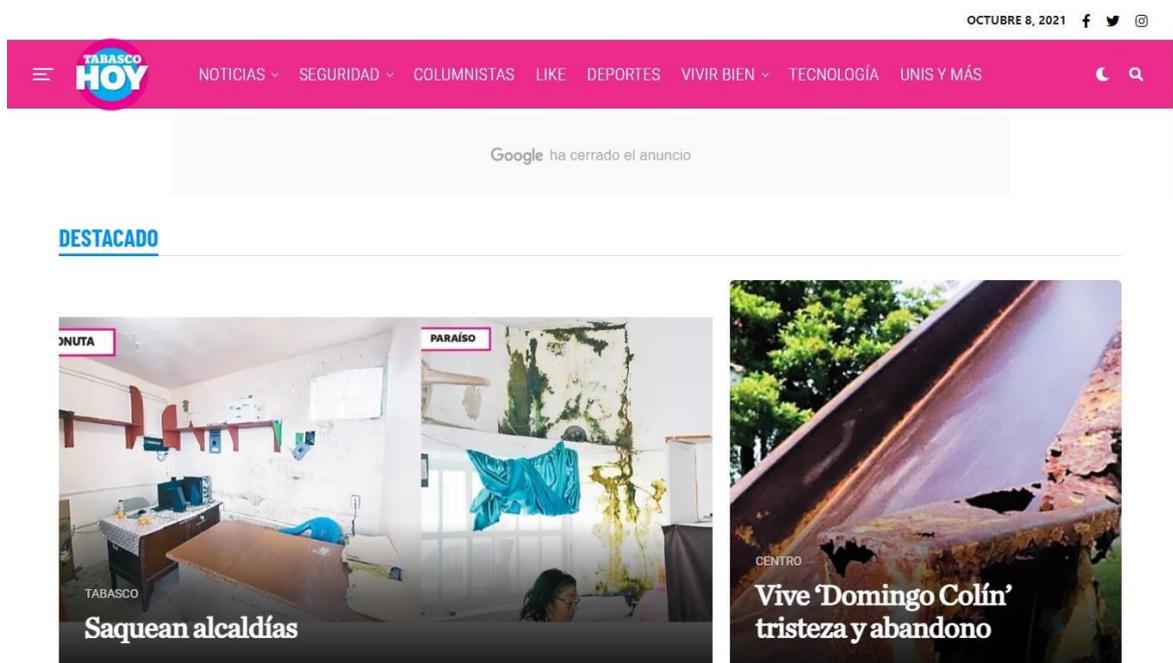


Figura 5: Sección Tabasco: Destacado del diario *Tabasco Hoy* (Tabasco Hoy, 2021)

Resultados

Una vez que se concluyó el registro de datos a través de la hoja diseñada para este fin sobre los géneros ciberperiodísticos, secciones y temáticas y las características del ciberperiodismo, se analizaron y representan a través de las gráficas que se exponen a continuación:

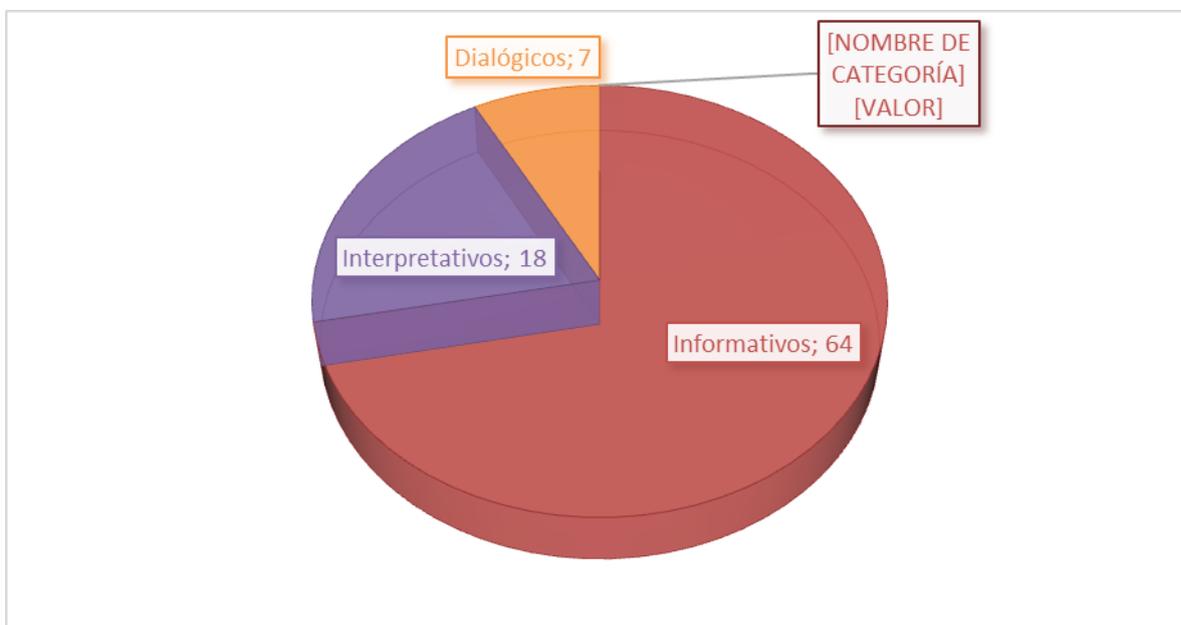


Figura 6: Muestra de la clasificación de los géneros ciberperiodísticos (Elaboración propia, 2021).

Con respecto a la clasificación de los géneros ciberperiodísticos encontrados en la Zona de Destacados, el corte predominante es el informativo con una frecuencia de 64 (71.9%), seguido del interpretativo con 18 (20.2%), el dialógico en 7 ocasiones (7.8%) y 0 (0%) en la tipología de contenidos argumentativos.

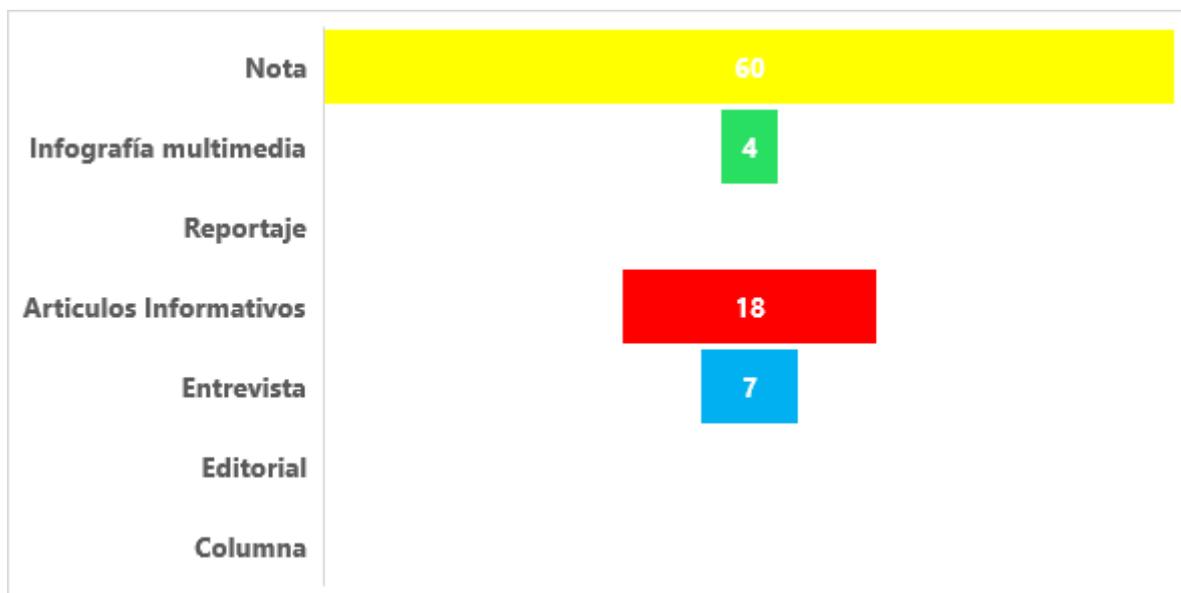


Figura 7: Géneros ciberperiodísticos más utilizados (Elaboración propia, 2021).

Con la clasificación de los géneros, se encuentran distintas formas de tratar la información utilizadas en pro de la amplitud y relevancia del tema. Se destaca el empleo de la nota ciberperiodística con 60 (67.4%) cuya redacción es breve, utilizan sumario, y la información en la escala convencional de la pirámide invertida. En el mismo tenor de la clasificación informativa, se encuentra en el portal web la infografía multimedia 4 (5.7%) un género moderno, con una base gráfica extensa y textos precisos, en sus pocas apariciones, es acompañada de una corta descripción para contemplar el contexto de la noticia.

En la lista de los interpretativos, se observa una total ausencia de uno de los géneros periodísticos más completos por su composición arbitraria, el estilo libre, combinados con las ventajas de la multimedia que le permiten ofrecer textos sólidos en lo sustancial y en lo audiovisual. El reportaje 0 (0%), no obtuvo ningún registro en la página web. Al contrario, en esa línea, el artículo informativo 18 (20.2%), tuvo una presencia amplia, situado en temas que requerían vasta información, en su composición generalmente se presentaron datos, testimonios, comunicados o avisos.

En cuanto a lo dialógico, la entrevista 7 (7.8%), género renovado en lo digital la frecuencia fue muy baja, la redacción era la transcripción de las declaraciones del entrevistado, sin puntos de vista del redactor. Y no hubo lugar para la argumentación en la Zona de Destacados.

Secciones en Tabasco Hoy

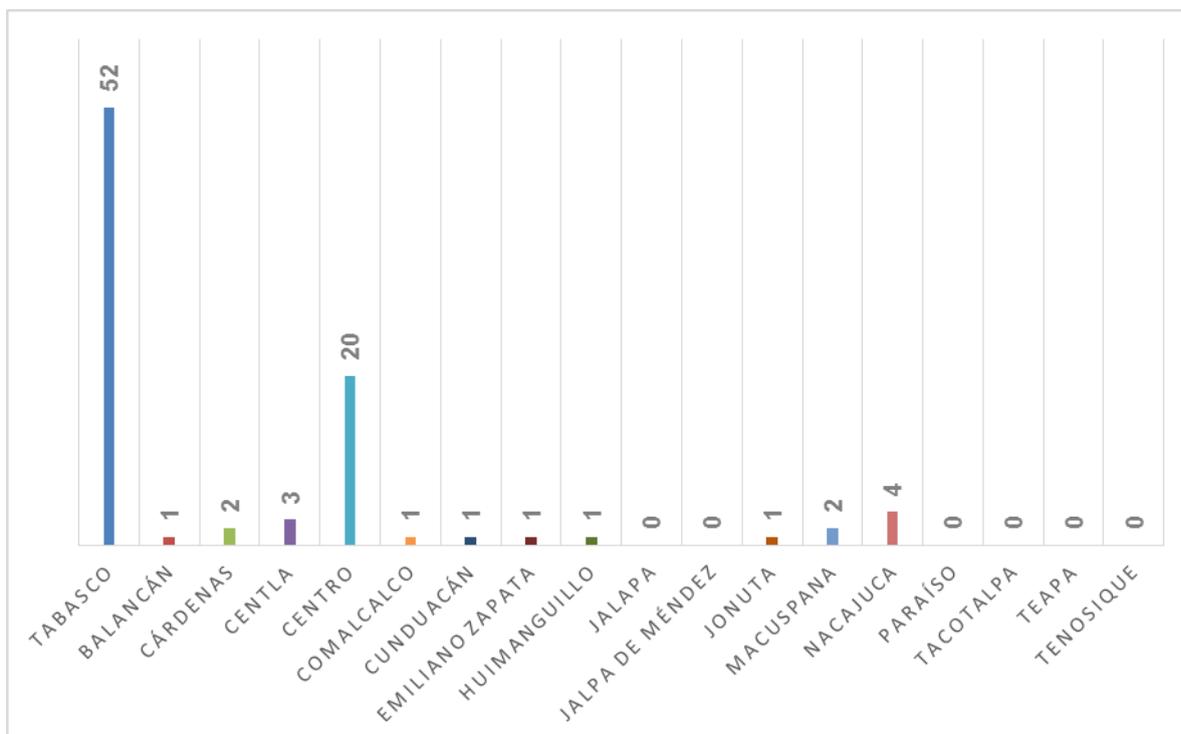


Figura 8: Secciones del sitio web de Tabasco Hoy (Elaboración propia, 2021).

Las secciones en la Zona de Destacados de la página web del diario estudiado, corresponden a etiquetas con los nombres de los 17 municipios de la entidad donde se ubica el diario (Tabasco), para denotar la procedencia de la noticia y su identificación rápida. De igual manera existe la etiqueta de «Tabasco», que engloba las primicias con carácter estatal.

En el lapso analizado, las publicaciones con el sello predominante es Tabasco con 52 (58.4%), es decir se acentúa la información estatal en el portal por encima de la municipal, sólo Centro 20 (22.4%) capital de la entidad, tiene considerables menciones en la plana mayor del

sitio, en contraste con cualquier otro municipio. Nacajuca 4 (4.4%), Centla 3 (3.3%), Cárdenas 2 (2.2%) y Macuspana 2 (2.2%), apenas repiten en dos ocasiones y el resto de municipios con una o cero apariciones.

Temáticas en Tabasco Hoy

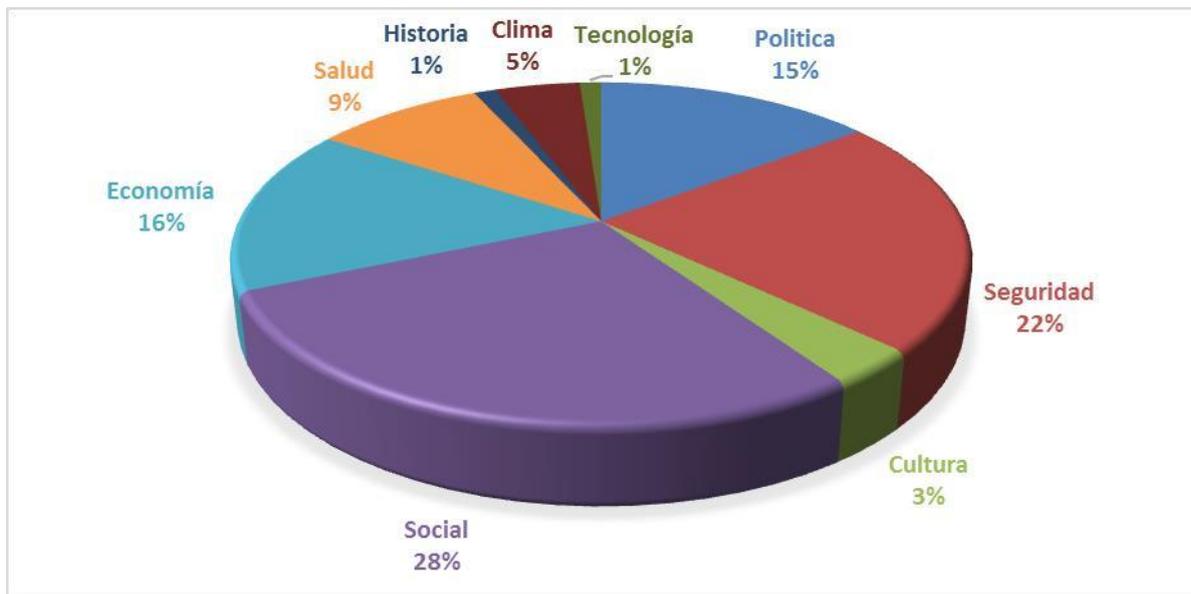


Figura 9. Temáticas en los géneros ciberperiodísticos (Elaboración propia, 2021).

Las temáticas abordadas están en esencia en los contenidos informativos digitales, las diversas materias recalcan que se coloca en discusión, tanto en la página web como en las extensiones de plataformas sociales. La temática preponderante es la Social con 25 conteos, 10 de ellas en la sección Tabasco, 12 con la etiqueta del municipio de Centro y 1 en Macuspana, Nacajuca y Centla. En el tópico se tratan temas como conflictos en la comunidades, protestas y asuntos/avisos de cabeceras.

Los contenidos con temas de Seguridad se presentan en 20 ocasiones, 10 con marca Tabasco, 3 en el sello de Centro, 2 en Macuspana, y 1 en Comalcalco, Huimanguillo, Centla,

Cunduacán y Nacajuca. En esta normalmente el fondo es sobre problemas delictivos, índices de estadísticos de inseguridad o sobre la incertidumbre socio-gubernamental.

El resto de las temáticas presentan una proporción mediana-baja, Economía con 14 veces y Política 13 repeticiones. El tema de Salud tiene un panorama de 8 registros, sobre el acontecer del Clima, apenas en 4 y sobre el escenario Cultural, 3, y finalmente con un ínfimo conteo aparecen los tópicos de Historia y Tecnología.

Hipertextualidad

La presencia de hipervínculos en el sitio web estudiado, fue evaluada en dos sentidos: por el tipo de enlace y por el tipo de estructura en el cuerpo del texto, que, de acuerdo a expertos en la disciplina, el uso de estos recursos tecnológicos apuntan a un excelente manejo de un cibermedio.

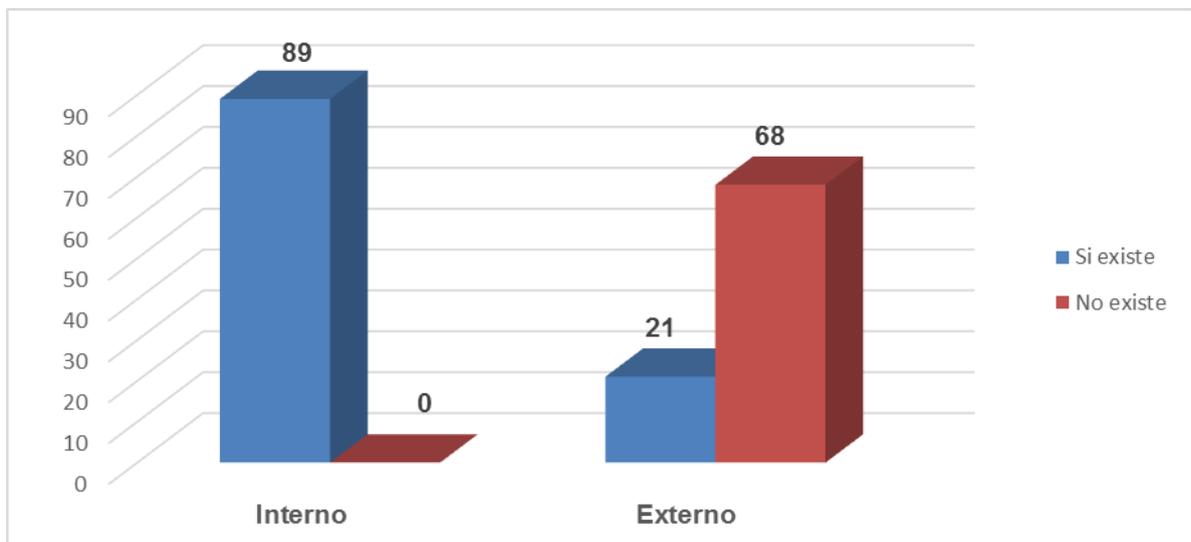


Figura 10: Frecuencia de uso de los tipos de enlace interno y externo (Elaboración propia, 2021).

El enlace interno cuenta con un registro del 100% (89) en las publicaciones en la web del diario, este recurso internodal se presenta en varias aristas del sitio. Primeramente, se encuentra en la etiqueta de la sección, que, al seleccionarla, abre todo el contenido de la

misma gama, ya sea estatal o municipal. También en el titular de la publicación, al elegirla, descubre todo el contenido de dicho espacio. De igual manera al final de cuerpo textual o visual, cuenta con *tags*, es decir palabras clave de la información que con su respectiva almohadilla (#) facilitan el acceso a publicaciones relativas en toda la página web.

A mediados de octubre de 2021, el sitio web tuvo un ligero rediseño, añadiendo otros enlaces internos al final del formato del contenido informativo. Pestañas como «Te puede interesar», «No te pierdas», «Siguiendo», contiene información relacionada o de hace algunas horas, por tanto, puede mantener al lector dentro de la plataforma, lo que permite de manera local simplificar la navegación en el portal. Respecto al enlace externo, tiene una constante del 23.6% (21), no es tan habitual que se encuentren en los *posts del* Tabasco Hoy, y cuando es así, generalmente el hipervínculo redirige a alguna plataforma de red social, como Twitter y Facebook para dar crédito a la fuente de origen de la información, que van desde dependencias gubernamentales o su edición impresa también alojada en una versión digital.

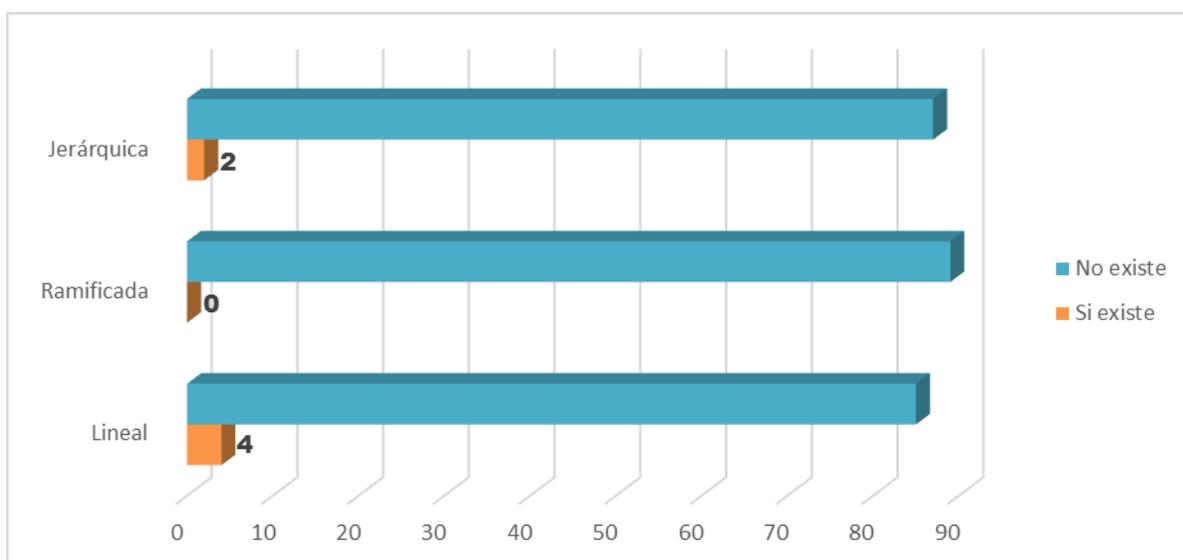


Figura 11: Constantes de los hipervínculos de acuerdo a su tipo de estructura (Elaboración propia, 2021).

Estas conexiones intranodales se encuentran prácticamente ausentes en sitio en cuestión, el hipervínculo lineal tiene un registro de 4.4% (4), el ramificado de 0% (0) y el jerárquico 2.2%

(2), por tanto, tiene una limitante del 93.4%. La utilización de este tipo de estructura apoya en buen sentido a la actualización de la información, a conectar publicaciones del pasado para ampliar, detallar o refrescar el panorama de determinado tema. Su poca utilización describe de manera inmediata un atraso en la tecnología del hipertexto.

Multimedialidad

La existencia de la característica multimedia en la web, fue valorada con tres tipos de recursos; imagen, audio y vídeo, y por el tipo de composición gráfica; por integración o yuxtaposición. Este grado del ciberperiodismo determina en gran medida, la innovación de un portal web, por priorizar en la información lo visual y lo auditivo, de forma simultánea.

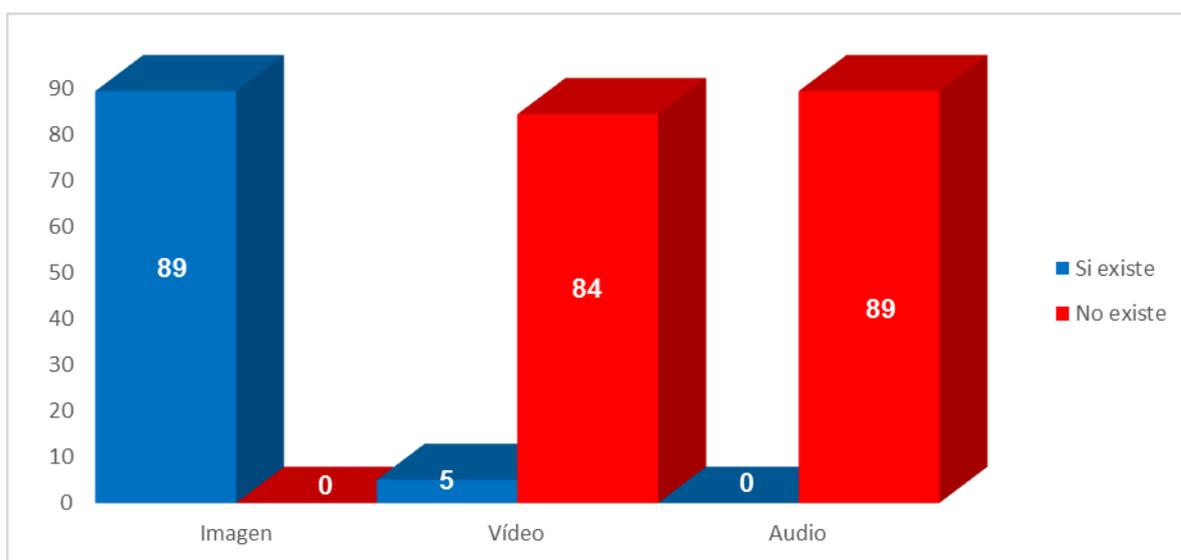


Figura 12: Frecuencia de los elementos multimedia en la web del Tabasco Hoy (Elaboración propia, 2021).

El empleo del elemento Imagen es del 100% (89), se localiza indispensablemente en las portadas de los contenidos informativos digitales, como parte de la referenciación simbólica del tema en cuestión. El formato varía, normalmente son fotografías, actuales o de archivo, otras veces son imágenes conceptuales para otorgar contexto a la publicación.

Dicho recurso, también se encuentra de manera adjunta o fuera del cuerpo noticioso, en la que destaca el uso de documentos escaneados, posters, ilustraciones, figuras estadísticas y fotografías. El vídeo como recurso multimedia, es poco frecuente en las publicaciones del web del diario, tiene una utilización del 5.6% (5). Y el audio como fuente de viva voz es inexistente.

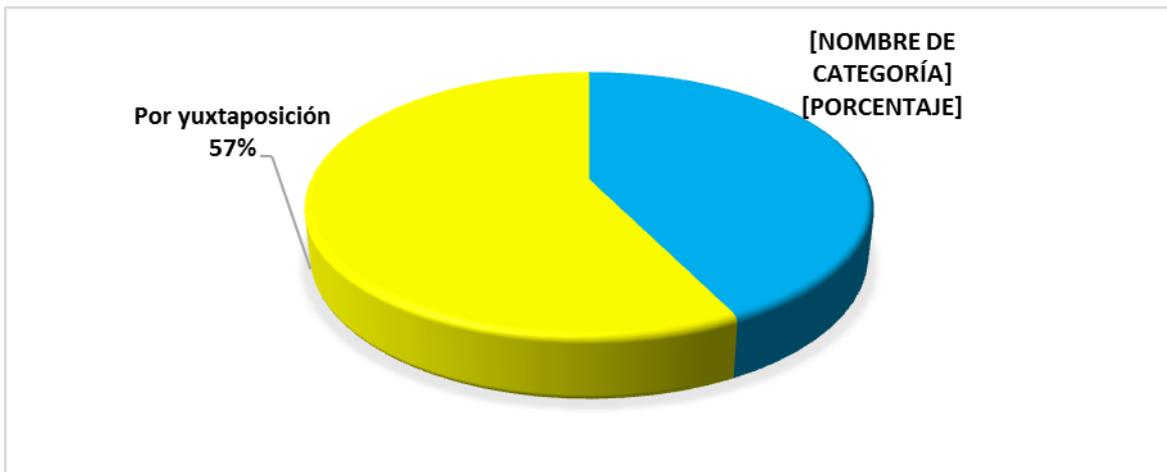


Figura 13: Porcentaje del tipo de estructura multimedia en la web del Tabasco Hoy (Elaboración propia, 2021).

La organización multimedia por yuxtaposición (51) tiene mayor presencia en los contenidos web del diario, debido a que ocasionalmente, no presentan ningún tipo de recursos multimedia (imagen, audio o video), como apoyo a la redacción ciberperiodística. La información en esta forma normalmente es escueta y ligera, aunque otras veces, si hacen uso de estas, pero de manera externa, es decir no están atados a determinados textos, y por tanto no están considerados como una unidad informativa.

Interactividad

La presencia interactiva fue analizada en tres criterios; la publicación de los contenidos de la Zona de Destacados en la plataforma de Facebook y la posibilidad de producir un comentario en dicha información, la disposición de botones para compartir a otras redes

digitales, y los tipos de diálogos presentes en las publicaciones destacadas compartidas en Facebook, como parte del hábito comunicativo interaccional.

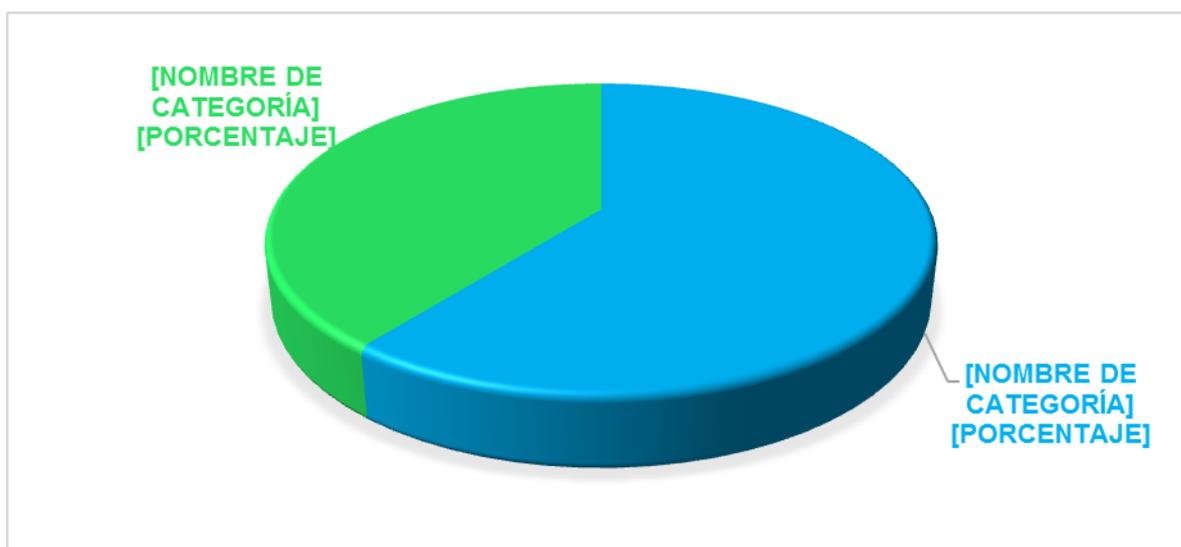


Figura 14: Proporción de los contenidos destacados publicados en Facebook (Elaboración propia, 2021).

La distribución de la información de los contenidos seleccionados de la Zona de Destacados en la extensión digital de Facebook es del 61%, es decir en 54 ocasiones se le otorgó una mayor difusión. La opción de comentarios siempre está habilitada 100%, pues todas las publicaciones son de carácter público. Los contenidos seleccionados con la temática Social se comparten en Facebook en un 27.7% del total publicado (61%), seguido de los de Seguridad con 24.7%, mientras que las informaciones de Economía y Política, con 18.5% y 16.6%, respectivamente, las unidades sobre Salud alcanzan el 7.4%. Finalmente, publicaciones con temas de Cultura, Clima o Tecnología se presentan con una frecuencia de 1.8%.



Figura 15: Porcentaje de la existencia de botones interactivos en la web del diario Tabasco Hoy
(Elaboración propia, 2021).

La página web del diario antepone las conexiones interactivas con la totalidad del empleo de vínculos para compartir la información a las redes sociales y otras plataformas web en un 100% (89). En principio, se contaba con opciones para replicar la información a las redes sociales más populares como; Facebook, Messenger, Twitter, Instagram y Telegram. Pero no contaba con la función de caja de comentarios en la propia web, por lo tanto, todas las opiniones de los lectores eran fuera del sitio.

En el segundo rediseño de la web, a finales de noviembre de 2021, se habilitó esta característica, con el cuadro «CLICK PARA COMENTAR», pero se redujo notablemente la presencia de botones para compartir a otras plataformas virtuales, solo conservaron Facebook y Twitter.

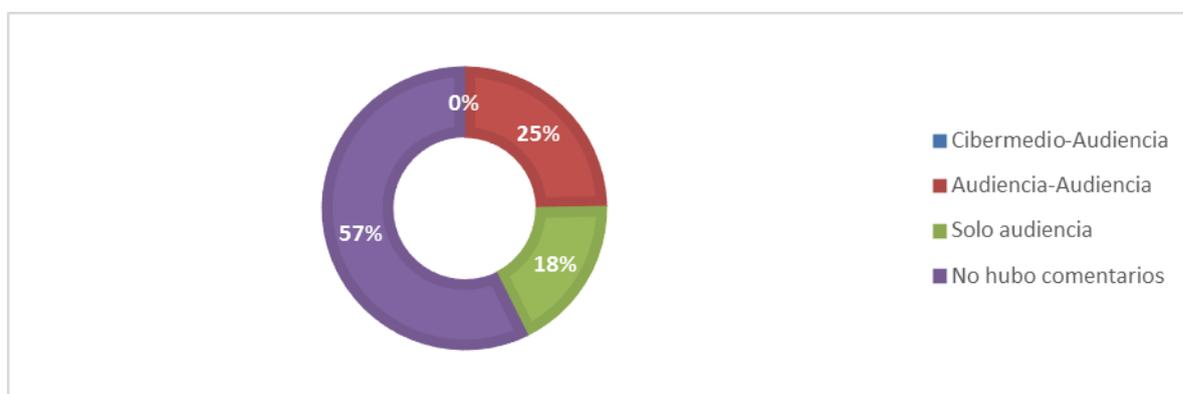


Figura 16: Porcentaje de la existencia de botones interactivos en la web del diario Tabasco Hoy (Elaboración propia, 2021).

Los tipos de diálogos evaluados corresponden al grado de interacción comunicativa en la caja de comentarios de una publicación destacada compartida en Facebook. De manera activa, la participación entre la Audiencia-Audiencia se dió en 22 ocasiones (24.7%), seguidamente de un flujo menor de retroalimentación con 16 repeticiones (17.9%), correspondientes a Solo Audiencia y una limitante del 57.3% (51) dónde no hubo ningún tipo de relación textual en los contenidos destacados divulgados. La nula frecuencia de la interacción Cibermedio-Audiencia, representados en un 0%, refleja el inexistente apoyo del *community manager* a su audiencia participativa.

Discusión y conclusiones

En el caso presentado los resultados muestran ciertas disparidades en el empleo y omisión en cada variable y subvariable evaluada. En primer lugar, la hipertextualidad, cualidad que Cunliffe (2000, citado por Masip et al, 2010), considera para el uso de vínculos que determinan la personalización y construcción de estructuras narrativas. Hall (2000) expresa la idea de una vinculación asociativa para lograr toda una red a materializar con el objetivo de conexión. En el sitio tiene una utilidad total del 43.4%, resultado que indican el empleo absoluto del enlace interno en el nivel en que los nodos funcionan como hipervínculos direccionadores a secciones y menús del portal, ubicados en los titulares y las etiquetas de municipio, por lo que demuestra un excelente aprovechamiento para la navegación virtual internodal. En cambio, el enlace externo, es regularmente limitado en sus apariciones, depende de la temática

considerada, la cual normalmente es aplicada en publicaciones de política, economía o seguridad, y se practicó para dirigir la difusión de la publicación en los sitios de redes sociales del diario.

Por otro lado, el uso del hipertexto intranodal es significativamente escasa, la utilización en el diario se presenta en contadas ocasiones; de manera jerárquica sirvió para asociar temas y noticias en desarrollo o anteriormente publicadas, no se manejaron ramas contiguas o un nodo madre que permitieran exponer un cierto orden en la construcción del discurso, como lo indica Rost (2001) sino se hizo de manera aleatoria. La lineal, con frecuencia extremadamente baja, sirvió para conectar publicaciones de un solo tópico en un mismo tiempo, aunque en algunas ocasiones el *link* no estaba actualizado y dirigía a la referencia correspondiente. Esto revela un descuido, debido a que su dominio web acepta la hipertextualidad y no presenta un grado de aprovechamiento considerable para lograr que la audiencia sea parte de la lectura transversal.

De los tres tipos de recursos multimedia, se obtuvo una media de 35.2% de aprovechamiento. La imagen, el vídeo y el audio como pilares importantes en la estructura de los mensajes informativos de la *website*, no fueron prolíferos en general, a excepción de la imagen, quien obtiene un uso predeterminado. La imagen como agente multimedia, prepondera en la portada o *header* de todas las publicaciones registradas, ya sea como referencia, como fotografía del momento o de archivo, en cambio en la estructura narrativa, también suele estar presente, normalmente con el formato de fotografías, prescindiendo de figuras intuitivas o de mayor calidad, como GIFS, PNG o PDS, se prioriza la imagen común y estática, para cubrir carencias hipertextuales.

En contraste el recurso de vídeo regularmente no está sujeto al bloque de redacción cuando se emplea, se deja en claro en el titular y su organización es por yuxtaposición. El audio es inexistente, no se consideran en las dinámicas declarativas, ni en el ambiente de política, salud, ni ninguna otra temática. Autores como Albaladejo (201, citado por Sánchez y Salaverría, 2019) han afirmado que en “la narrativa periodística multimedia existe una combinación de diferentes códigos lingüísticos que conforman un *macrodiscurso digital* estableciendo concordancia de hiperenlaces y de códigos lingüísticos diferenciados; textos, sonidos, fotografías, vídeos, ilustraciones, música, efectos” (p. 6), idea que contribuye a la forma ideal de la multimedia en el ciberperiodismo.

La interactividad, registró una constante del 68%, en los tres niveles evaluados (comunicativa, selectiva y participativa). Gillmor (2004), le atribuye a la interacción, una oportunidad de credibilidad y transparencia a los contenidos periodísticos, mientras otros como Hermida y Thurman (2008), señalan la importancia de abrir espacios de participación, por motivos económicos (aumentar el tránsito de usuarios en la web) o éticos, con el fin de hacer acercar al lector con la dinámica periodística. La interactividad comunicativa es sustancial dado que se distribuyen ciertas publicaciones en la extensión de red social Facebook, utilizando el *link* de la información que habita originalmente en la web.

El *gatekeeping* del diario pone en debate temas sociales, de seguridad, economía y política debido a la línea editorial que emplea. Su información pocas veces maneja sesgos u opiniones arbitrarias con personajes o dependencias allegados a la redacción. En cambio, la interactividad participativa, mediada por los comentarios de la audiencia en los contenidos publicados en Facebook, señala un porcentaje de interactividad el 43%, aunque los contenidos compartidos tienen carácter de público, la cifra pudo ser condicionada por los temas en juicio, ya que que pueden ser poco debatibles o atractivos para el lector.

En conclusión, el sitio web del diario ha desarrollado las características del ciberperiodismo de manera desequilibrada y parcial. En la valoración se determinó que la hipertextualidad está limitada por más del 50%, la multimedialidad, por más de 60% y solo la interactividad rebasa el 65% de utilidad. Los elementos periodísticos que constituyen los géneros ciberperiodísticos, y por el dominio de contenidos informativos, suelen ser breves en texto, marginando la estructura hipertextual intranodal y la capacidad de otorgar fuerza con recursos multimedia, pero manteniendo presente la interactividad selectiva y condicionando la interactividad comunicativa y participativa solo si se difunde en Facebook, su red social con mayor alcance.

En definitiva, el nivel del cibermedio se encuentra en vías de desarrollo, después de la observación de su última mejora estética a principios de diciembre de 2021, en la cual consideraron aspectos técnicos como la hora actual, la última actualización del sitio, nombre de la unidad de redacción, firma del redactor y nombre del director del diario. Sin embargo, con la formación adecuada, precisando mejoras en lo teórico-práctico de los conceptos señalados en la presente investigación, les puede permitir maximizar los recursos existentes en el sitio web.

Referencias bibliográficas

Albaladejo, Tomás (2011). "Accesibilidad y recepción en el discurso digital: la galaxia de discursos desde el análisis in-terdiscursivo". In: Vilches, Fernando (coord.). Un nuevo léxico en la red. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos, 15-28.

Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica (6ta Edición). Caracas: Editorial Episteme.

Arias-Robles, F., & García-Avilés, J. A. (2016). Definiendo la hipertextualidad. Análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución del concepto. Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 14(2), 48-6 <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i2.995>

Cohen, N., & Gómez Rojas, G. (2019). Metodología de la investigación, ¿para qué? Editorial Teseo.

Cunliffe, Daniel. "Trailblazing: trends in hypermedia". The new review of hypermedia and multimedia, 2000, v. 6, n. 1, pp. 19-46

Díaz-Noci, J. (2001). ¿Hacia dónde va el periodismo en Internet? Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación, 1, 77-100.

Florián, M. & Gómez, M. (2014). Análisis de las características del ciberperiodismo: Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad en las notas principales de las webs La Industria de Trujillo y Correo – La Libertad durante los meses junio, julio y agosto de 2013 [tesis de título profesional, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPNBOX. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/6367>

Gascón, J. F., & Seura, H. (2012). Uso del hipertexto en el ciberperiodismo: El caso de Colombia. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 0(117), 80-84. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i117.227>

Gillmor, Dan. We the media: grassroots journalism by the people, for the people. Sebastopol:

Gómez y Méndez, J. M., & Leal Gil, E. (2001). Delimitación del vocablo Cibernética y otras voces tecnológicas en Periodismo. Editorial España. 7, 22-04.

Guallar, J., & Abadal, E. (2009). Evaluación de hemerotecas de prensa digital: Indicadores y ejemplos de buenas prácticas. *Profesional de la Información*, 18(3), 255-269.

<https://doi.org/10.3145/epi.2009.may.02>

Hall, Jim. *Online journalism: a critical primer*. London: Pluto Press, 2001.

Hermida, Alfred; Thurman, Neil. "A clash of cultures: the integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites". *Journalism practice*, 2008, v. 2, n. 3, pp. 343- 356.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación 6ª*, México, McGraw-Hill.

Herrero, J. V. (2021). Nuevas narrativas en los cibermedios: De la disrupción a la consolidación de formatos y características. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (27), 685-696.

Marañón, C. O. (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS EN LA SOCIEDAD GLOBAL Y DEL CONOCIMIENTO. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 61, 1-30.

<https://doi.org/10.1086/267990>

Masip, P., Díaz Noci, J., Domingo, D., Micó Sanz, J. L., y Salaverría, R. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El profesional de la información*, 19(06), 568-576. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.02>

O'Reilly, 2004. <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio.

International journal of morphology, 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Perceval, J. M. (2008). El estado líquido del ciberperiodismo. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 79-86.

Ramos Galarza, C. A. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1-6.

<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. Revista Médica Sanitas, 21(3), 141-146. <https://doi.org/10.26852/01234250.20>

Rojano, M. (2008). La prensa sin Gutenberg: El periodismo en la era digital. Temas de comunicación, (17), 213-215.

Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. Universitat Autònoma de Barcelona.

Rost, A. (2003) «Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital». Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura.

Sánchez-García, P. y Salaverría, R. (2019). "Multimedia news storytelling: Semiotic-narratological foundations". El profesional de la información, 28,3, e280303. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.03>

Salaverría, R. (2005). Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España.

Salaverría, R. (2019). "Periodismo digital: 25 years of research. Review article". El profesional de la información, 28(1)280-101. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01.pdf>

Trillo Domínguez, M. & Alberich Pascual, J. (2020). Análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 26(1), 652-668. <https://doi.org/10.5209/esmp.67317>

Ureta, A. L. (2010). Propuesta metodológica para una aproximación empírica a los géneros ciberperiodísticos. ZER: Revista de Estudios de Comunicación =Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 15(29). <https://doi.org/10.1387/zer.1648>

Vilches, L. (Ed.). (2020). La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital. Editorial Gedisa.