

La hipertextualidad

Las metáforas y los neologismos tienen un lugar privilegiado cuando se habla de la escritura en la pantalla. La palabra *hipertextualidad* fue creada para hacer referencia al tipo de relaciones reticulares que se establecen entre los distintos textos en la pantalla.

Esto se refiere a que cada uno de los vínculos, enlaces o *links* que incluye un texto *online*, como se sabe, conduce a otro texto *online*. Y la acción de pasar de texto a texto es lo que se nombró como “navegar en Internet”. Igual que un navegante permanente, el usuario o lector en pantalla puede acercarse a un puerto (un texto) y alejarse de él para trasladarse a otro (texto).

Esta imagen debería hacernos reflexionar. ¿Cómo se planifica la red de vínculos? ¿Cuál es la mejor manera de incluir los enlaces? ¿Qué lugares del texto les son más propicios? ¿Cómo deberían formularse?

Para empezar, conviene ser consciente de que el escribiente no es el dios del texto. Sobre todo, porque los textos en pantalla casi nunca resultan definitivamente definitivos. Esto quiere decir que la planificación que surgió en algún momento puede resultar modificada por la intervención de otros usuarios. Particularmente, porque el texto puede ser tomado y actualizado en otro texto o aludido por otro texto o recontextualizado.

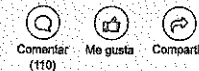
Aun así, es fundamental anticipar algunos trayectos de lectura posibles; y hacerlo con una perspectiva estratégica. Quiero concentrarme en dos aspectos: la colocación del enlace y la descripción que el enlace ofrece.

Si se colocan enlaces al comienzo del texto, como en la figura 19, es esperable que el usuario (o lector en pantalla) se vaya de este texto y, tal vez, no vuelva nunca más. Incluso si el enlace es interno resulta extraño que se estimule la derivación del usuario hacia otra página apenas comenzada la lectura.

MENÚ LN Femicidio de Castelar: declara el acusado de matar de 17 puñaladas a su ex novia

Tras ser detenido cerca de Mar de Ajó, Cristian Hallud se encuentra en tribunales de Morón donde se le toma declaración indagatoria

7 de marzo de 2016 • 09:34



Cristián Hallud, sospechado por haber matado de 17 puñaladas a su ex novia, Cintia Laudinio en Castelar se encuentra en la UFI N°4 de Morón para prestar declaración indagatoria por el hecho.

Hallud ayer a la tarde fue detenido muy cerca de Mar de Ajó, a casi 400 kilómetros de Morón. El hombre fue encontrado por la policía luego de que la fiscal, Valeria Courtade, recibiera un dato de parte de un familiar de Hallud.

El imputado conducía por la ruta, junto a su madre, rumbo a Santa Teresita y tras la aprehensión fue llevado a la comisaría primera de Morón.

Fig. 19. Enlace al comienzo del texto

La 'fiebre' de los PhD en Ecuador: ¿cuándo es pertinente estudiar un doctorado?

Publicado el 11 septiembre, 2013 con 12 Comentarios



Inversión Recomendada

Estas 101 empresas podrían pagarte dividendos antes de que termine el año.
sandingspub.contraeconomi.com



Por: Albertina Navas

albertina.navas@gmail.com

En Ecuador se ha puesto de moda hacer un PhD. A partir de los cambios de la nueva Ley Orgánica de Educación Superior, que exigen el grado de doctor para el ejercicio de la docencia a tiempo completo y desde que se han multiplicado las opciones de estudiar en el extranjero con becas del Estado, muchas personas se están planteando la opción de ser doctores. En este contexto, varios colegas me han comentado su decisión de cursar un doctorado como un simple cumplimiento de una formalidad y si esta tendencia se mantiene, observo con temor un alto riesgo de que esta 'fiebre' por estudiar doctorados siga creciendo desprovista de fines científicos.

Fig. 20. Enlace al comienzo del texto

Y lo mismo ocurriría con páginas institucionales o personales. Como se ve, en la figura 20 se incita al usuario a informarse sobre el contenido de la Ley Orgánica de Educación Superior en la primera línea de un texto de varios párrafos. Uno puede preguntarse cómo evitar este problema, si lo que aparece como información adicional (a la que se accede por el enlace) es lo primero que se menciona. Y la respuesta que doy es que hay que cambiar la planificación del texto. ¿Quién dice que es obligatorio comenzar por allí? Tomemos el texto de la figura 19. Más allá de la estructura de pirámide invertida o historia¹¹ que haya elegido el periodista podría haber retrasado la aparición del enlace. Por ejemplo:

Christian Hallud fue detenido en Mar de Ajó, a 400 kilómetros de Morón, donde se encuentra presentando declaración ante el magistrado a cargo de la UFI N°4. La fiscal Valeria Courtade recibió un dato de familiares de Hallud y ordenó su detención. El detenido, acusado de haber matado de 17 puñaladas a su ex novia...

Como se ve en la escritura, el enlace se retrasa tres oraciones y, desde luego, esta es solo una versión posible.

En el caso del texto de la figura 20, podríamos pensar en algo así:

Muchas personas se están planteando la opción de ser doctores. En este contexto, muchos colegas me han comentado su decisión de cursar un doctorado como un simple cumplimiento de una formalidad y, si esta tendencia se mantiene, observo con temor un alto riesgo de que esta fiebre por estudiar doctorados siga creciendo desprovista de fines científicos. ¿Cuál es el motor?

¹¹ Hablaremos de este tema en el capítulo 5, que corresponde a los géneros *online*.

Dos motociclistas murieron atropellados esta madrugada en la **Ruta 40** al ser embestidas por una camioneta a la altura del centro tradicionalista de **Junín de los Andes**. Los jóvenes murieron en el acto y el otro conductor se encuentra internado en el hospital local.

El fatal **accidente** se produjo alrededor de las 6, cuando el conductor de una EcoSport intentó realizar un sobrepaso e impactó de lleno contra la moto en el kilómetro 2.248. Producto del fuerte impacto, las dos motociclistas volaron unos metros y la camioneta terminó contra el desagüe que corre paralelo a la ruta.

Fig. 21. Los enlaces mal nombrados.

Los cambios de la nueva Ley Orgánica de Educación Superior que exigen el grado de doctor [...]

Más allá de las bondades escriturales de este texto (que resultan discutibles), la solución que se ofreció es simplemente cambiar el orden de las oraciones para ubicar el enlace un poco más abajo en el párrafo. Con esto, tal vez se consiga que el usuario comience a interesarse en la lectura del texto antes de escaparse y no volver más.

El segundo punto que quiero plantear es qué dice el enlace concretamente. Cuando el usuario se encuentra con un enlace, este debería decirle qué es exactamente lo que va a encontrar detrás de él, al modo de un título o una previsión del “puerto” al que lo llevará el clic.

Lo que dice esa construcción destacada generalmente por medio de subrayado y un color distinto es una invitación que viene con promesa. ¿Por qué? Porque declara a dónde lleva. Veamos un mal ejemplo.

En este brevísimo segmento, puede observarse lo que sostengo sobre la “promesa” de los enlaces. ¿A dónde me llevan *Ruta 40* y *Junín de los Andes*? ¿A un mapa, a Wikipedia, a la página de la empresa concesionaria de la ruta o a la del municipio?

Peor aún, ¿qué texto hay detrás de *accidente*? ¿El significado de la palabra? ¿Imágenes de accidentes? ¿La traducción de la palabra *accidente* a otros idiomas? El escribiente

del texto de la figura 21 reenvía quizás por el enlace a una fotografía o a un video.

Pero también puede reenviar a un comentario de un testigo. O a otras infinitas posibilidades. Promesa incumplida si el usuario imaginó una y era otra. ¿Cómo se podría haber solucionado? Por ejemplo, indicando:

El fatal accidente (ver fotografías del accidente) se produjo...

Esta es sólo una de las múltiples soluciones posibles. En cualquier caso, el original debió ser más claro y explícito.


La multimedialidad

La *multimedialidad* alude a la combinación de productos textuales, gráficos, audiovisuales, sonoros, animados, infográficos en la pantalla. Esta convivencia, casi obligatoria en un mundo como el nuestro dominado por el orden de lo visual, debería tener algunas reglas.

Aunque poco se hable sobre eso, lo cierto es que el texto escrito o la imagen fija (fotografía, dibujo, gráfico, mapa, infografía) suelen ser los formatos más usados cuando se busca información. La razón es muy simple.

El texto escrito y la imagen estática admiten el escaneo del ojo, permiten la búsqueda asincrónica o como un barrido rápido para detectar lo que se necesita. La imagen en movimiento o el audio, en cambio, requieren atención sincrónica para hallar el segmento buscado (hay que ver o escuchar la totalidad hasta encontrar lo que se busca).

Pero ¿qué características debe exhibir esta convivencia de discursos? Antes que nada, la presencia conjunta de elementos constituirá un todo armónico que enfatice lo que el escribiente quiere enfatizar y que se complemente, no con integrantes redundantes o sustitutivos entre sí. El texto es-


JOHNNIE WALKER.
Estamos comprometidos con el consumo responsable de Johnnie Walker
POR FAVOR, CONFIRME SU EDAD

Introduce tu fecha de nacimiento:

Al entrar, aceptas nuestro [Aviso sobre privacidad y cookies](#)

Recordarme en este dispositivo (a menos que sea compartido)

Fig. 22. Discordancia

crito, eso sí, debería dominar, anclar la imagen o el audio, indicando qué se debe interpretar en cada caso. Y nunca debería admitirse la discordancia.

Veamos un extraño ejemplo tomado de la página de una marca de whisky.

Como se deduce, en la figura 22 debería decir *Confirma tu edad* o *Introduzca su fecha de nacimiento*. Al entrar, (usted) *acepta nuestro...*, pero no puede mezclar las formas. Y lo más asombroso es que esta página se mantuvo en el tiempo.

Hacer una página web con muchas funcionalidades es bastante costoso, en términos pecuniarios y en términos de energía. Lo que ilustra la figura 22 no tendría que suceder.

La interactividad

Se define como *interactividad* la participación, intervención o actuación de los usuarios en los discursos electrónicos

originados por una fuente distinta de ellos mismos. En un sentido primario, la interactividad la ejerce el usuario con el dispositivo (la PC, el teléfono móvil, la *tablet*). En un sentido secundario, la interactividad está orientada a establecer una relación con la fuente del discurso o con otros usuarios distintos de esta.

Interactuar con el texto en pantalla puede, por ello, aludir a un abanico de acciones diferentes. Por una parte, significa navegar, haciendo uso de los enlaces, desde una página hacia otra, sin solución de continuidad y por una ruta definida de modo individual. Por la otra, significa compartir textos, imágenes, videos, audios, etc., con otros usuarios en las redes sociales o las aplicaciones. Pero también significa intervenir el texto original: comentarlo, corregirlo, modificarlo, completarlo.

Esta última opción es quizá la más genuina de internet, la construcción colaborativa del texto con una lógica que bien podría denominarse wiki. Es la lógica propia del trabajo creador y editor de los usuarios en internet, quienes operan con el texto muchas veces en forma anónima.

Muchos medios periodísticos ofrecen la función “Comentar” por *default*, es decir, de manera automática en un espacio que se abre debajo de las notas (ver la figura 23).

Otros –tal el caso de *La Voz del Interior* en su sitio *lavoz.com.ar*– establecen una serie de pautas para que los usuarios intervengan en el portal (figura 24).

Este sitio periodístico, el primero en la Argentina en ofrecer un manual de estilo para el periodismo *online*, no solo presenta sus reglas de juego: compromete, además, la labor de un moderador.

Y es que, así como la interactividad tiene un costo solidario, también tiene un aspecto negativo: el espacio que abre a los maledicentes, los calumniadores y los difamadores. El establecimiento de reglas claras, como las de *La Voz*, puede ser un modo de neutralizarlos.

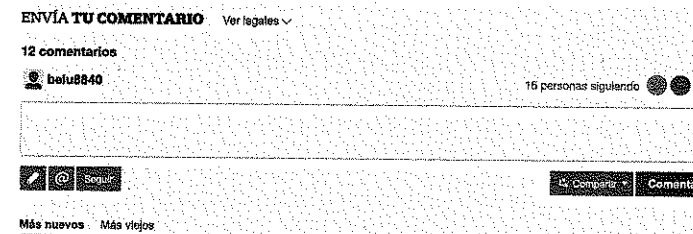


Fig. 23. Espacio para los comentarios de los usuarios en un medio periodístico

Las organizaciones, instituciones y empresas, de igual modo, suelen reservar un espacio para las intervenciones o las inquietudes de los usuarios.

En general, ese espacio es bastante acotado en las páginas de las empresas de productos o servicios. Se reduce, de hecho, a un cuadro de texto que solo puede ser leído por los propios administradores de la página (figura 25).

Pero el espacio de interactividad suele ser mucho más abierto en las redes sociales, como se puede constatar en la figura 26, donde hay lugar no solo para expresar el gusto o disgusto, sino también para el envío de mensajes (listados en el margen derecho) que serán leídos por los usuarios que ingresen a la página.

Y existen también los espacios para escribir opiniones, como muestra la figura 27, en la que se publican comentarios sobre una clínica.¹²

Desde luego, el escribiente de un sitio determinado no puede hacerse responsable por lo que escriban los usuarios sobre ese sitio. Pero sí debería hacerse responsable por el funcionamiento de ese sitio: si se carga rápidamente, si las

¹² Este tipo de comentarios que construyen una reputación –representada aquí por las estrellas– será considerado en el capítulo 4 sobre la identidad, la credibilidad y, precisamente, la reputación.

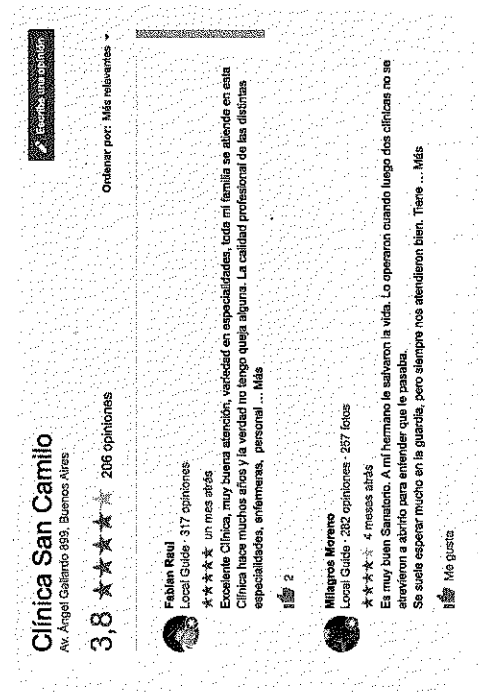


Fig. 27. Comentarios de opinión

o en espacios en los que se les da voz a los usuarios participantes de alguna campaña, como se ve en la figura 29.

Esta forma de apelación, es importante saberlo, contribuye a la fidelización del usuario, a su compromiso y a su asistencia. En el caso de la campaña de esta empresa, generando identificación. De la manera más creativa. Y más persuasiva. Como lo hacen incluso algunas páginas políticas (ver la figura 30).

El escribiente de la página de la figura 30 ha comprendido que uno de los secretos para atraer al usuario es hacerlo participar activamente en el desarrollo del texto. Por supuesto que esta es una encuesta que se lleva a cabo con la finalidad de conocer la opinión de la ciudadanía, sí. Pero es también una forma de comprometer al usuario con la lectura del sitio. Buena estrategia, ¿no?

En su búsqueda de la atención del usuario, también algunos medios periodísticos solicitan la participación de la manera más explícita posible, como en el caso de la figura 31.

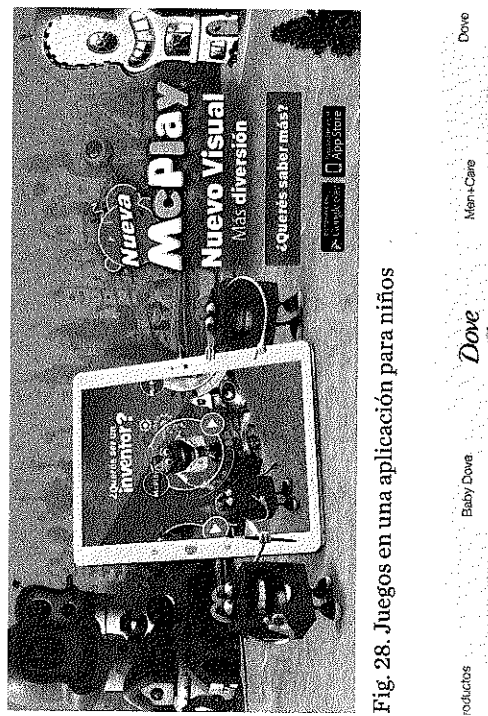


Fig. 28. Juegos en una aplicación para niños

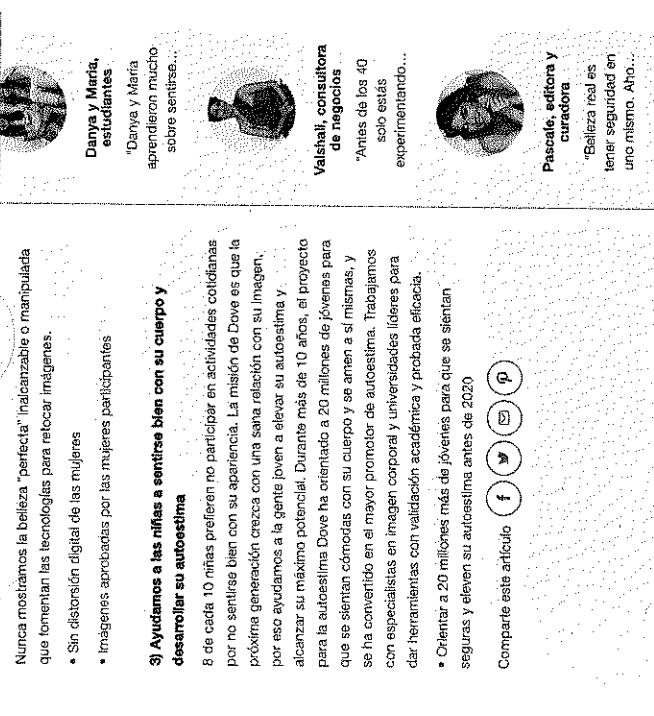


Fig. 29. Espacios de colaboración en los que se presenta la voz de los usuarios

Haciendo uso del factor lúdico que entraña responder una encuesta de opinión, por la curiosidad que suscita ver los resultados de esa misma encuesta en tiempo real (solo respondiendo se puede acceder a los resultados), algunos medios elaboran preguntas por sí o por no ante un suceso que admite opiniones contradictorias. Las respuestas serán sistematizadas por un algoritmo que elabora la estadística. Un modo fácil (y divertido) de convocar la atención del usuario.

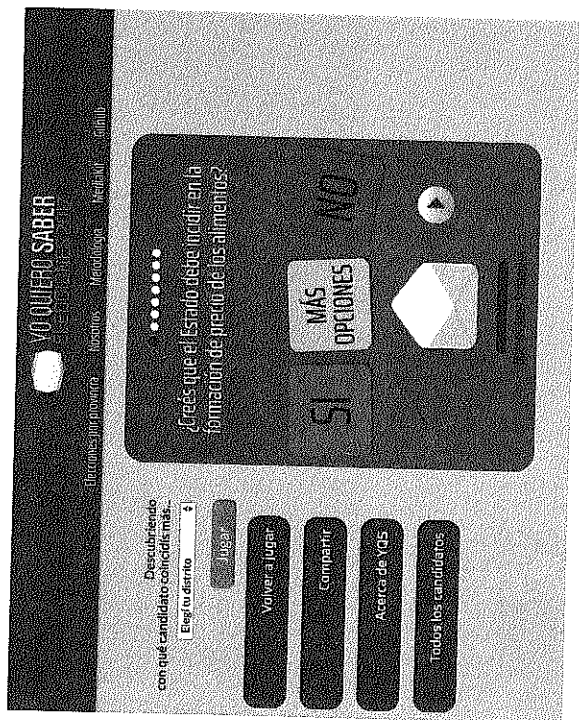


Fig. 30. Interactividad en página política

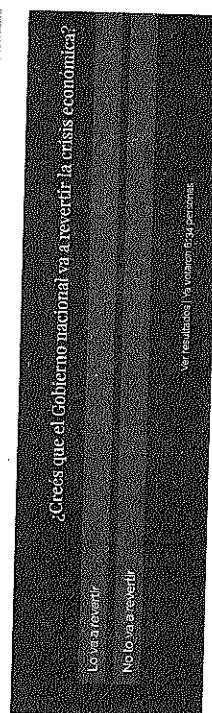
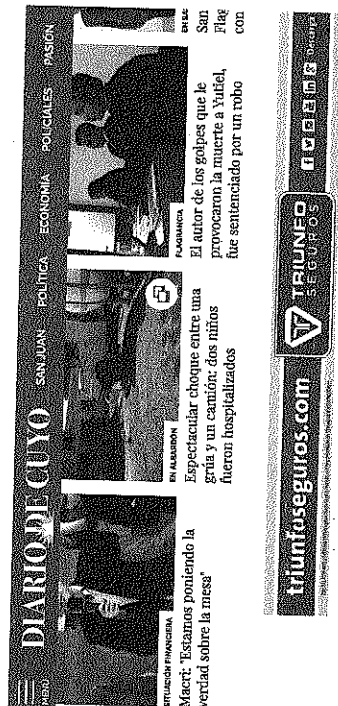


Fig. 31. Solicitud de participación en un medio online.