

Uso de la hipertextualidad en los medios digitales del Eje Cafetero en el tratamiento
informativo de la migración

Isabela Saldarriaga Valencia

Asistente de investigación

Adriana Villegas-Botero

Yoiver Andrey Giraldo-Quintero

Docentes e investigadores

Universidad de Manizales

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Escuela de Comunicación Social y Periodismo

Manizales, 2021

RESUMEN

Este artículo se deriva del trabajo de asistencia de investigación realizado en el estudio sobre el Tratamiento informativo de la migración en los medios digitales del Eje Cafetero en Colombia. El análisis se realizó a partir de 571 notas periodísticas recopiladas por un periodo de seis meses de 27 medios digitales de los tres departamentos que conforman la región del Eje Cafetero de Colombia (Risaralda, Caldas y Quindío). Fueron objeto de estudio tanto medios digitales que nacieron a partir de medios tradicionales como impresos y radiofónicos como medios nativos digitales. En el texto se presenta un análisis sobre el uso de la hipertextualidad con relación al tratamiento informativo de la migración, en el que se estudia la cantidad de hipervínculos usados así como las características de la hipertextualidad, debido a que durante la recolección de datos se observó que la mayoría de medios digitales que se analizaron siguen sin adaptarse al lenguaje digital y hacen un uso precario de la hipertextualidad.

1. INTRODUCCIÓN

La era digital ha traído consigo desafíos a los que los medios de comunicación se han tenido que adaptar, no solo en cuestión de lenguaje o de inmediatez, sino también en cómo aprovechar las nuevas tecnologías para narrar los fenómenos sociales que ocurren continuamente en el mundo. Según Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez (2020), en esta era del internet, los medios masivos de comunicación tradicionales siguen siendo fuentes relevantes de información y sus versiones digitales se encuentran entre los sitios más visitados. El uso de los lenguajes del ciberespacio para narrar fenómenos como la migración, presentan una oportunidad para los medios tradicionales y digitales de explicar y dar las herramientas necesarias para poder entender este tipo de sucesos.

No solo se han adaptado los medios tradicionales a las nuevas tecnologías, sino que a partir de estas también han surgido nuevos medios netamente digitales. Uno de los aspectos

principales que ha tenido que transformar el periodismo tradicional es el lenguaje, el cual ha sido necesario acoplar al ciberespacio. Varios autores concuerdan en que existe un consenso académico en cuanto los tres elementos diferenciadores del lenguaje en el ciberperiodismo, estos son: la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad (Salaverría, 2005; Palau-Sampio y Sánchez-García, 2020). Según Salaverría (2005) de estas tres características, la hipertextualidad es, posiblemente, uno de los ámbitos más estudiados.

Según Coddington (2012) citado por Palau-Sampio y Sánchez-García (2020, p. 3), la hipertextualidad se ha llegado a considerar como una de las características más destacables del ciberespacio debido a su utilidad que, de acuerdo con estos mismos autores, es una herramienta innovadora debido a que permite intervenir los textos de manera directa. Sin embargo, de acuerdo con Steensen (2011) citado por Palau-Sampio & Sánchez-García (2020, p. 3) varios estudios han concordado en que el uso de este recurso es desaprovechado en su mayoría, pues investigaciones sobre su utilización en medios digitales reflejan un uso limitado y un desaprovechamiento de sus cualidades narrativas (Salaverría, 2005).

Este tipo de recursos en el periodismo pueden ser muy útiles a la hora de explicar un fenómeno como la migración que, según Esguerra (2019), debido a que es tan diverso, no existe un consenso universal sobre lo que significa ser migrante o bien, una definición que abarque todas las aristas del concepto. A causa de las recientes crisis migratorias que se han vivido en el mundo, el uso de estas herramientas se convierte en una oportunidad para ser explotadas por los medios de comunicación como una forma de tratar de entender este fenómeno. Un ejemplo de esto, es el caso del medio internacional BBC Mundo (2015), que construyó a partir de enlaces una herramienta interactiva para ejemplificar las duras decisiones que tiene que tomar un inmigrante sirio a la hora de emprender su viaje.

En el caso colombiano, el uso del hipertexto y las narrativas de la migración han tomado diferentes formas a lo largo de los años. En el primero, aunque la evolución del

ciberperiodismo en Colombia ha avanzado desde su nacimiento en los años noventa, el surgimiento de los medios digitales a partir de medios tradicionales ha causado un choque entre el periodismo tradicional y las dinámicas del internet (Fondevila & Segura, 2012). En el segundo, los cambios en los movimientos migratorios del país han cambiado también las agendas y el tratamiento que se le da a este fenómeno en los medios colombianos.

Antes de la crisis venezolana los flujos migratorios en el país eran, sobre todo, de colombianos que emigraban hacia el exterior (Mejía, 2012). Sin embargo, a partir del 2015 que Colombia se convierte en uno de los mayores receptores de migrantes venezolanos (Migración Colombia, 2020), es cuando estos empiezan a ser foco de las agendas de los noticieros y periódicos colombianos. Como lo explican Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez (2020), el país nunca había recibido tantas migraciones internacionales en un periodo de tiempo tan corto. “Es la primera vez que Colombia enfrenta una crisis migratoria de esta magnitud como país de destino, ya que siempre ha sido expulsor de refugiados y migrantes internacionales” (Lotero-Echeverry, Romero-Rodríguez & Pérez-Rodríguez, 2020, citando a Louidor, 2018, p. 41).

Una de las razones principales por las que Colombia empieza a recibir un gran volumen de migrantes a partir de esa fecha, es por el cierre de la frontera decretado por el Gobierno venezolano, en agosto del 2015, con el que se deportaron a más de 2 mil colombianos quienes retornaron al país en compañía de sus familias, ocasionado el ingreso de más de 18 mil personas. A esta cifra se le sumó que, a pesar del cierre de la frontera, se registró la entrada de 329.478 ciudadanos venezolanos a Colombia. Además, en julio y agosto de 2016 el Gobierno de Venezuela reabrió su frontera temporalmente para permitir el paso de personas que necesitaran reabastecerse de alimentos o medicamentos en Colombia. Durante ese periodo de tiempo Migración Colombia registró un promedio de ingreso diario de cerca de 50 mil ciudadanos venezolanos y, durante casi 4 meses que la frontera estuvo abierta,

atendió más de 14 millones de registros de ingreso y salida del país. Gran parte de los venezolanos que ingresaron al país durante la apertura de la frontera lo hicieron con el objetivo de llegar a otros países, por lo que usaban a Colombia como país de paso, o con la intención de de reabastecerse (Migración Colombia, 2017).

Es en estas fechas en las que más migrantes provenientes de Venezuela empiezan a radicarse en el país. Según Migración Colombia (2021), para 2017, la cantidad de migrantes venezolanos radicados en el país era de 403.702, cifra que aumentó radicalmente en 2018, año en el que se radicaron 1.174.743 millones de venezolanos en Colombia. En octubre de 2019 se registró 1.771.237 y, en 2020 el total fue de 1.729.537 ciudadanos venezolanos viviendo en Colombia.

Al convertirse en un país receptor, las percepciones de la migración cambian. Como lo explica Morelo (2019), quienes reciben a los migrantes se suelen sentir amenazados y reaccionan con sentimientos de sorpresa o miedo. Estos sentimientos son los mismos que llevan a que los migrantes sean percibidos como una amenaza. Es aquí donde los medios de comunicación juegan un papel importante en la construcción de estos imaginarios.

Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez (2020), señalan que una de las consecuencias de la inmigración es una percepción social negativa promovida por los medios de comunicación.

De acuerdo con Gottero (2020), el campo de la comunicación puede resultar muy relevante a la hora de construir aportes al estudio de las migraciones, pues las formas de análisis y de investigación de los medios crean discursos que logran efectos concretos en diversos escenarios. Según esta autora, algunas experiencias de investigación lograron evidenciar la influencia que ejercen diferentes discursos (mediáticos y no mediáticos) sobre la migración y sus protagonistas, que inciden directamente en las características de la interacción social entre migrantes y no migrantes en sociedades de recepción.

Actualmente, de acuerdo con Migración Colombia (2021), en el país hay 1.742.927 migrantes venezolanos. Según cifras de esta misma entidad, la mayoría de migrantes venezolanos en el Eje Cafetero se concentran en las capitales de los tres departamentos, siendo Pereira la ciudad de la región con mayor concentración de migrantes y refugiados venezolanos con un total de 13.658, seguida por Armenia con 6.852 y, por último, Manizales con 4.603.

La forma en la que son usados los recursos digitales para construir relatos sobre estos fenómenos son relevantes a la hora de analizar cómo se están contando. Este artículo se centra en analizar el uso de la hipertextualidad en los medios digitales del Eje Cafetero con respecto al tratamiento informativo de la migración. Para ello, se realizó un estudio en el que se incluyeron 27 medios digitales de los tres departamentos del Eje Cafetero (Risaralda, Caldas y Quindío), que incluyen medios digitales que surgieron a partir de medios tradicionales con soportes radiofónicos e impresos y medios nativos digitales. Se analizaron un total de 571 notas sobre temas de migración, publicadas en estos medios entre julio de 2019 y marzo de 2020, de las cuales se estudiaron la cantidad de hipervínculos incluidos en la nota y las características de estos o su funcionalidad.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. SOBRE LA HIPERTEXTUALIDAD

Cómo lo plantea Salaverría (2005), el hipertexto es uno de los aspectos del lenguaje del ciberperiodismo más estudiado debido a sus posibilidades expresivas y narrativas. Esta característica no solo permite plantear nuevas formas de narración para el periodismo, sino que permite interconectar información en la red que profundiza, contextualiza y enriquece el relato periodístico. Arias-Robles y García-Avilés (2016) concuerdan en que pocos términos han despertado tanto interés y entusiasmo como la hipertextualidad.

Palau-Sampio y Sánchez-García (2020) definen la hipertextualidad como la escritura no secuencial, es decir, que deshace la escritura lineal y permite intervenir los textos de forma directa. Según Steensen (2011) citado por estos dos autores, el hipertexto rompe con los límites del espacio, permite ampliar las perspectivas, contextualizar, acceder a las fuentes originales de información y ofrecer rutas de lectura personalizadas a lectores con diferentes intereses. También resaltan que “los elementos digitales se entienden como un recurso eficaz, que aporta mejor interpretación de la información, creatividad e innovación” (Palau-Sampio & Sánchez-García, 2020, p. 3).

Con respecto a esta definición varios autores concuerdan con las cualidades de la hipertextualidad. Zamora (2009) también tiene una postura similar al afirmar que la no secuencialidad de la lectura se da a través del uso del hipertexto y del hipermedia. Sin embargo, Arias-Robles y García-Avilés (2016), plantean que la hipertextualidad es uno de los términos con más dispersión conceptual. En su trabajo, en el que hacen una recopilación de las diferentes definiciones que se han usado para explicar la palabra, encuentran que hay cuatro conceptos que se repiten continuamente en las definiciones de hipertextualidad, estos son: enlace, texto, interacción y nodo:

El enlace conforma el eje de la hipertextualidad (...) estos enlaces solo pueden servir para vincular contenidos, que en las definiciones se identifican como textos, nodos, elementos multimedia o documentos. Para que se produzca esta conexión, siempre se requiere la interacción del usuario, además de su desarrollo y presentación en un entorno digital. (Arias-Robles & García-Avilés, 2016, p. 64)

Por lo tanto, la hipertextualidad no solo se limita a enlazar contenidos, sino que involucra también un ejercicio de interacción por parte del usuario, en el que es este el que decide cómo jerarquizar el contenido y selecciona la información que quiere consumir. Como lo explica Zamora (2009), la hipertextualidad y el recurso hipermedia es el enlace del

cibermedio con los procesos mentales y el perfil del usuario. A una conclusión parecida llega Salaverría (2005), al decir que un cibermedio está construido con base a hipervínculos, que plantean una estructura no lineal en la que es el lector el que tiene autonomía con respecto a la información que consulta y a sus intereses personales.

A partir de los antecedentes consultados en su investigación, Arias-Robles y García-Avilés (2016) definen la hipertextualidad como “una estructura construida a partir de los enlaces que unen textos o contenidos multimedia mediante la interacción del usuario en un entorno digital y multilineal” (p.64). La cual simplifican de la siguiente manera:

La hipertextualidad puede concebirse, en efecto, como una estructura (...) el enlace, sin duda, constituye el núcleo básico de un objeto (...). La participación del usuario, finalmente, resulta imprescindible para desplegar unos contenidos que siempre se despliegan en algún tipo de interfaz informática para dar lugar a un recorrido multilineal. No obstante, si se eliminan los elementos comprensibles por sí mismos o por el contexto, esta definición se podría simplificar de este modo: La conexión de contenidos mediante enlaces activados por el usuario. (Arias-Robles & García-Avilés, 2016, p. 64)

Estos aspectos de interconexión y autonomía del lector son los que permiten aplicar en el periodismo las lógicas de conexión del internet y, a su vez, explorar otras formas de narración. No solo da la posibilidad de enlazar contenido, sino que también permite enriquecer el relato a partir de sus características expresivas. Como lo explica Salaverría (2005), el hipertexto se encuentra entre lo literario y lo documental ya que “permite aplicar al periodismo las posibilidades expresivas que se han descubierto previamente para el mundo de lo literario” (Salaverría, 2005, p. 3).

Los estudios sobre el hipertexto no se han limitado solo a definirlo, sino también a plantear diferentes tipos de este recurso. Shipley y Fish (1996) citados por Palau-Sampio &

Sánchez-García (2020), plantean tres tipos de hipertextualidad: la que lleva a un documento, la que lleva a otras entradas de la misma páginas web o micronavegación, y la que lleva a otra página web o macronavegación. Fondevila & Segura (2012a; 2012b) plantean tres tipos de enlace en sus dos trabajos comparativos sobre la hipertextualidad, que se caracterizan por tener ciertos niveles de profundidad o de complejidad para el autor. Los primeros, son los enlaces contextuales, que son los referentes a la misma noticia y funcionan como un complemento a las 5 w, tradicionalmente aparecen en el lead de la noticia. Los segundos son los enlaces relacionales, que se refieren a acontecimientos similares o vinculados con la noticia como precedentes, causas o acciones de los protagonistas. Los últimos, y los que se ubican en la escala de mayor profundidad, son los enlaces recomendados, que son los que llevan a documentos y datos de interés intelectual y le dan mayor valor al contenido.

El hipertexto se ha llegado a considerar como la base de los contenidos digitales (Arias-Robles et al., 2018 citados por Palau-Sampio & Sánchez-García, 2020). El uso de este recurso, también de la multimedialidad y de la interactividad, son los que ayudan a que un medio esté adaptado a la interacción y al desarrollo actual del lenguaje y las dinámicas de la web. De acuerdo con Salaverría (2005), la inclusión de estos elementos se puede interpretar como un signo de evolución, adaptación y aprovechamiento de los recursos que ofrece la red, además de una adecuación al medio, es decir, al internet. Sin embargo, y a pesar de los estudios y el valor que los académicos le han encontrado a este recurso, varias investigaciones señalan que son muchos los medios digitales que siguen sin aprovechar del todo los enlaces.

Las posibilidades expresivas del hipertexto dentro del periodismo han sido el objeto de interés de los académicos (Salaverría, 2005). Son este tipo de estudios los que han dado paso a que también se realicen investigaciones comparativas sobre el uso de la hipertextualidad y su aprovechamiento en los medios de comunicación de varios países, entre esos Colombia y España, tanto en medios tradicionales con plataformas digitales como en

medios nativos digitales. Un ejemplo de ello, es el análisis de Fondevila y Segura (2012) en el que realizan un estudio comparativo del uso del hipertexto entre algunos diarios digitales de Colombia y España, en los que encuentran que el uso de hipertextos es mucho mayor en los diarios españoles y llegan a la conclusión de que “es necesario mejorar las prácticas narrativas de inclusión de la hipertextualidad en Colombia” (Fondevila & Segura, 2012, p. 38).

Un estudio parecido es el que hacen Palau-Sampio & Sánchez-García (2011), en el que evalúan el uso de los tres principales recursos del lenguaje digital: hipertextualidad, interactividad y multimedialidad; en cuatro periódicos digitales de España, dos de ellos nativos digitales y dos provenientes de medios tradicionales. Estos autores llegan a la conclusión de que el uso de estos elementos es repetitivo y automático y, en vez de responder a un uso consciente en el que se aprovechan sus cualidades narrativas y expresivas para enriquecer el relato, se usan solo para responder a las modas y tendencias de la red. Además, observan que muchos de los artículos estudiados se caracterizan por la repetición de enlaces que dirigen a un mismo documento, que redirigen a carpetas genéricas o que intentan retener a la audiencia en la misma web.

Salaverría (2005) concuerda con estos autores al decir que el uso del hipertexto en los artículos de los medios no responde a un esfuerzo por profundizar las informaciones, sino que se limitan a hacer una yuxtaposición de información construida por un modelo en el que nada más se usan dos enlaces: uno en la portada general del medio y otro donde se despliega el cuerpo del texto. Este autor explica esta situación al plantear que los directores de los cibermedios le dan más importancia a conseguir una navegación rápida y orientada dentro del medio, que a aprovechar la funcionalidad de los enlaces:

Hoy día los directores de cibermedios, sometidos a un modelo editorial que sigue privilegiando la mera reproducción de contenidos previamente elaborados para el

medio impreso, en lugar de la elaboración de contenidos específicos para el medio digital, apenas se preocupan por experimentar con las cualidades expresivas que permite el hipertexto. (Salaverría, 2005, p. 520)

Otro estudio realizado en Perú (Florian & Gómez, 2014), en dos periódicos digitales de dicho país, las investigadoras llegan a conclusiones similares en las que resaltan la falta de aprovechamiento de los nodos internos y la inexistencia de hipervínculos en el cuerpo del texto.

En el caso colombiano, Fondevila y Segura (2012), plantean que una de las razones por las cuales el uso y aprovechamiento del hipertexto en los medios digitales del país se puede deber al conservadurismo de dichos medios, ya que muchos nacen de medios tradicionales, ya sea impresos o radiales, que están acostumbrados a un modelo de escritura diferente al de la web y que ha chocado con las dinámicas del internet. Estos autores, citando a una comparativa realizada por Sánchez (2008, p. 48), exponen que el periodismo digital en Colombia era casi inexistente y que había un desconocimiento sobre las posibilidades que ofrece el internet.

Según plantea Salaverría (2012) citado por Florian y Gómez (2014), escribir para internet no es lo mismo que escribir para cualquier otro medio. Estas autoras plantean que la aparición del internet ha producido un proceso de independización del lenguaje periodístico en la web que, incluso, ha dado paso a que se consoliden formatos y géneros propios. De igual forma, concuerdan con Palau-Sampio & Sánchez-García (2020), en que muchos medios se dedicaban a reproducir las mismas formas y publicaciones que hacían en el impreso, sin tener en cuenta el lenguaje propio de internet. Estos dos últimos autores se refieren a esto como una escasa diferencia entre los medios nativos digitales y los de soporte impreso, tanto a la hora de seleccionar los temas como de desarrollar los recursos digitales.

“El ciberespacio plantea exigencias comunicativas que no encuentran respuestas en las normas tradicionales de la redacción periodística. Ningún manual clásico de redacción explica cómo estructurar un artículo de manera hipertextual, cómo combinar eficazmente texto, imagen y sonido en una pieza multimedia (...)” (Salaverría, 2005b, p-40, citado por Florian & Gómez, 2014, p. 30).

2.2. SOBRE LA MIGRACIÓN

2.2.1. Caso de Colombia

De acuerdo con la Cancillería (2005), Colombia es un país que históricamente ha recibido flujos migratorios y que se ha caracterizado por la gran movilidad de su población. Como lo plantea Mejía (2012), estos flujos migratorios, entre las décadas de los 60 y 70, se dieron en su mayoría de colombianos hacia el exterior que se trasladaban principalmente hacia Venezuela, Estados Unidos y Ecuador. Según ese mismo autor, para finales del siglo XX España se convirtió en otro destino importante para los colombianos y, en ese mismo periodo de tiempo, el 80% de los colombianos en el exterior residían en Venezuela, Estados Unidos, Ecuador y España.

A pesar de esto, la inmigración en Colombia empezó a ser un tema importante de opinión pública a partir de la crisis migratoria venezolana, pues antes de ello la cantidad de migrantes que llegaban a Colombia no era significativa. Según Mejía (2012) en 2005, de los 41 millones de residentes en Colombia, solo 107 mil eran personas nacidas en el exterior. Además, de acuerdo con este autor, para 2011 había apenas 7.028 venezolanos residentes en el país y 340 personas en situación de refugiado o solicitante de asilo.

A partir de la crisis migratoria venezolana, que según Migración Colombia (2020) comienza en 2015 con el cierre de la frontera entre Venezuela y Colombia, y que da paso a que miles de colombianos que emigraron hacia Venezuela empiecen a retornar a su país, Colombia se convierte en el mayor receptor de migrantes venezolanos en el mundo (CNN,

2019). Según datos del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR, 2020), actualmente hay 5,4 millones de refugiados y migrantes venezolanos en todo el mundo, de los cuales, aproximadamente 2,7 millones están en países del Caribe y Latinoamérica (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, [ACNUR], s.f.) y, de acuerdo con Migración Colombia (2021), 1.742.927 están en Colombia.

La capital del país y los departamentos fronterizos son los que más han acogido a los migrantes. Como muestran las cifras de Migración Colombia (2021), en Bogotá D.C. se concentra el 19,55% de migrantes venezolanos, seguido por el departamento de Norte de Santander, con el 10,74% y luego están Atlántico, Antioquia y La Guajira. Actualmente, en el Eje Cafetero hay 36.071 venezolanos repartidos así: Risaralda con 20.133, Quindío con 8.751 y en Caldas 7.187. Si el Eje Cafetero fuera un solo departamento, sería el 13° con mayor población migrante del país (Plataforma de Coordinación para Refugiados y Migrantes de Venezuela del Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos, [GIFMM], 2020)

2.2.2. Definiciones y tratamiento informativo de la migración

La migración es un fenómeno social complejo, que no afecta solo a quienes lo viven en primera persona, es decir, a los migrantes, sino también a todas las personas y actores de la sociedad involucrados en dicho proceso, como los países receptores. Actualmente existen muchos términos que clasifican a los migrantes, más allá de refugiado o solicitante de asilo, hay un glosario completo en el que se encierran a los migrantes en categorías como migrante económico, político, forzado o voluntario (Esguerra, 2019). Sin embargo, esa terminología no alcanza a abarcar todas las aristas, causas o realidades de un migrante, ni siquiera son suficientes para entender este fenómeno. Como lo explica la Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2006) no hay una definición universal para la palabra migrante.

Oso (1998), citada por Micolta (2005) plantea la siguiente definición del término migración:

Desde el punto de vista demográfico, se denomina migración al desplazamiento que trae consigo el cambio de residencia del individuo, de un lugar de origen a uno de acogida y que conlleva el traspaso de divisiones geográficas administrativas, bien sea al interior de un país (regiones, provincias, municipios) o entre países. (p.61)

Pero es importante tener en cuenta que esta definición puede variar según la estancia que la defina, sea un organismo multilateral o un país, los cuales pueden adoptar el concepto desde varios aspectos, ya sea por el movimiento geográfico o por el tiempo de la estadía (Micolta, 2005). Una definición que abarca otros aspectos como la temporalidad o la causa del movimiento migratorio, es la planteada por Giménez (2003, citado por Micolta, 2005):

En sentido general, una migración es el desplazamiento de una persona o conjunto de personas desde su lugar habitual de residencia a otro, para permanecer en él más o menos tiempo, con la intención de satisfacer alguna necesidad o conseguir una determinada mejora. (p. 61)

Desde estas definiciones, se puede decir que cualquier persona que se traslada de una región a otra se puede considerar como un migrante, incluso los turistas. Pero una forma de determinar con mayor precisión cuando un desplazamiento puede ser considerado un movimiento migratorio o no, es el que plantea Blanco (2000), citada por Micolta (2005), que define las siguientes tres dimensiones:

Espacial: el movimiento ha de producirse entre dos delimitaciones geográficas significativas (como son los municipios, las provincias, las regiones o los países);

Temporal: el desplazamiento ha de ser duradero, no esporádico; y Social: el traslado debe suponer un cambio significativo de entorno, tanto físico como social. (p. 61)

Según esta autora, estos tres aspectos pueden hacer una aproximación a las diferencias entre lo que es un movimiento migratorio y un desplazamiento de otro tipo (Micolta, 2005).

Para Edwards (2016), en su historia publicada en el portal del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), las palabras refugiado o migrante se refieren a “movimientos de personas por mar o en otras circunstancias” (Edwards, 2016) y, cuando habla de migrantes, los define como “personas que se trasladan por razones no incluidas en la definición legal de refugiado”. Teniendo en cuenta que la definición de refugiado aceptada por este organismo se refiere a las personas que huyen de la guerra o persecución y han cruzado una frontera internacional.

A pesar de que estas definiciones tienen coincidencias, sobre todo en lo que respecta a la movilidad, el uso de la palabra dista de su significado real. Por ejemplo, Esguerra (2019) menciona que en España hay una distinción entre el uso de la palabra migrante y de la palabra extranjero. La primera tiene un uso despectivo, que va dirigido sobre todo a personas con una marca racial o que provienen del sur del mundo. La segunda, se usa para referirse a personas que provienen del norte global y que son blancos. Estas expresiones que llevan implícito mensajes xenofóbicos, no solo están presentes en la jerga cotidiana sino que, en ocasiones, se originan desde los discursos de funcionarios públicos o de los mismos medios de comunicación.

Como lo explican Lotero-Echeverri G, Romero-Rodríguez & Pérez-Rodríguez (2020), los discursos mediáticos de líderes políticos sobre las migraciones internacionales ayudan a construir imaginarios sobre una población que está en una situación de vulnerabilidad y, de la misma forma en la cual han sido etiquetadas algunas minorías étnicas o personas que han sido privadas de su libertad, son vistas como una amenaza o un peligro para la sociedad.

Este tipo de representaciones no solo son creadas por los sentimientos de incertidumbre que despierta la inmigración, o por los discursos de funcionarios públicos, pues también está influenciada por las representaciones que encontramos en los medios de comunicación los que profundizan el sentimiento de miedo o amenaza con respecto a los

migrantes. Como lo plantea Talavera (2012), el tratamiento informativo de la inmigración en países europeos y latinoamericanos ha jugado un papel esencial en la construcción y desarrollo de actitudes prejuiciosas a través de discursos racistas en contra de determinados grupos étnicos.

Gottero (2020) tiene una postura similar al decir que la labor periodística tiene un papel importante en la construcción de prejuicios y estereotipos respecto a grupos sociales. Además, agrega que estos medios poseen un gran poder en cuanto a la generación de debates en la sociedad que desarmen o mantengan estas representaciones consolidadas por el tiempo y la naturalización de estigmas históricos. Esta autora concuerda con Talavera (2012) en que las noticias más hirientes son las que establecen una relación directa entre inmigración y delincuencia que, además, resaltan las palabras “extranjero” o “inmigrante” cuando el tema de la noticia se relaciona con redes ilegales, crímenes, conflictos culturales o situaciones de irregularidad administrativa.

En sus estudios sobre el tratamiento periodístico de la migración venezolana en Colombia, Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez (2020), concluyen que en estos discursos mediáticos es común encontrar que se hable más de venezolano que de migrante incluso, la palabra venezolano reemplaza a la palabra inmigrante. En el capítulo 14 del presunto podcast, exponen que los medios usan la nacionalidad como un adjetivo calificativo, crean un relato cuando titulan con la nacionalidad al lado de un adjetivo negativo.

Además de los calificativos que sitúan a la migración como un fenómeno relacionado con la delincuencia, también hay otra narración en la que los inmigrantes pasan de ser una amenaza a ser vulnerables, desprotegidos y con tendencia a vivir tragedias. Talavera (2012) también resalta que otro tipo de narración común usada por los medios es presentar a los migrantes como víctimas, resaltan situaciones en las que sus derechos son vulnerados, son

agredidos o excluidos, en ocasiones como personas desvalidas y desesperadas, que están dispuestas a todo por sobrevivir y, en consecuencia, que no son muy de fiar.

Esguerra (2019), explica que hay una insistencia por sobrerrepresentar las tragedias de los migrantes, en especial los no blancos, con imágenes que exponen a las víctimas y que crean el peligro de adormecer la sensibilidad de los lectores. Además de la narrativa de víctima, de acuerdo con la investigación realizada por Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez (2020), en los medios colombianos hay otro encuadre muy frecuente en el que se mencionan las intervenciones del gobierno y de demás organizaciones en la atención a la población migrantes, así como información relacionada con trámites o las regulaciones legales.

Según Talavera (2012), a esta imagen negativa se le agrega que cuando hay algún suceso positivo en la vida de los migrantes estos simplemente dejan de ser noticia, por lo tanto, la escasez de noticias positivas sobre este grupo social lleva a que se profundicen las visiones estereotipadas y negativas sobre ellos.

Así, los medios de comunicación en algunas oportunidades contribuyen a crear un ambiente de alarma en el que la migración es mostrada como un hecho excepcional que conlleva un estado de emergencia en el que una sociedad parece estar en un inquietante riesgo por la llegada de personas que son consideradas invasoras y, en consecuencia, una amenaza social, cultural, política y económica (Esguerra, 2019, p. 33)

A pesar de que son los migrantes los protagonistas de estos relatos, existe una escasa presencia de sus voces en los medios, como lo plantea Gottero (2020), al no estar ellos como sujetos “por sí mismos”, y al estar representados por voces por parte de no migrantes, informantes o los mismos periodistas, lleva a pensar que los y las migrantes se convierten en objetos de los discursos mediáticos y en focos de la producción noticiosa de diferentes

medios. Así mismo lo describe Talavera (2012), al decir que los medios aprovechan los sucesos dramáticos que están relacionados con los colectivos para sobredimensionarlos y alimentar el morbo y, así, ganar más audiencia, “incumpliendo el principio de ética periodística que aboga por erradicar el sensacionalismo en las informaciones” (Talavera, 2012, p.344)

3. METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta que este análisis del uso de la hipertextualidad en los medios digitales del Eje Cafetero con respecto al tratamiento informativo de la migración se desprende de un trabajo de asistencia de investigación, la recolección de los datos se hizo de forma general en el que se observó no solo el uso de la hipertextualidad, sino también de otros elementos del lenguaje digital como la multimedialidad y la interactividad. Además, del tratamiento informativo y contenido de la migración, como la connotación de la información, el tipo de migración, el flujo migratorio, la temporalidad, las narrativas, entre otras. Sin embargo, para este análisis nada más se tuvo en cuenta el aspecto de la hipertextualidad.

Se hizo una recolección de notas informativas entre julio de 2019 y marzo de 2020, en la cual se recogieron un total de 571 notas sobre el tema de migración. Esta recolección se hizo diariamente entre los seis meses estipulados. Estas notas se tomaron de 27 medios digitales de la región, entre los cuales hay cuatro medios digitales con soporte en medios tradicionales impresos, estos son La Patria, El Tiempo, El Diario y La Crónica; y siete medios digitales con soporte en medios tradicionales radiofónicos, que son: Caracol Radio Manizales, Caracol Radio Pereira, Caracol Radio Armenia, RCN Radio Caldas, RCN Radio Risaralda, RCN Radio Quindío y Radio Nacional de Colombia. Los 16 medios restantes son los siguientes medios nativos digitales: De la Realidad, Portal Eje 21, La Cola de Rata, La Cebra que Habla, Revista Alternativa, Jaquemate Noticias, Regionet Noticias, El Querendón,

Actualidad Regional, Planve Noticias, Eje Noticias, Aranzazu al Día, BC Noticias, Quindío Noticias, Risaralda Hoy y Noticias dos puntos.

La recolección de las notas se hizo de forma generalizada con el tema migración, en la que se escogieron aquellas que mencionaran la palabras “migración”, “migrante”, “inmigrante”, “emigrante” o, que sin necesidad de hacer uso de estos términos, se refirieran a este fenómeno de forma implícita.

Para el análisis de la información se usó el software Question Pro, con el cual se pudieron realizar cruces de datos entre la categoría de hipertextualidad y las demás categorías definidas para la investigación. Algunos estudios que también han usado este software para el análisis de la información, uno de ellos es el realizado por Villegas-Botero y Giraldo-Quintero (2019) llamado Tratamiento informativo de la corrupción en los medios digitales de Manizales, Colombia. Otros ejemplos son el artículo de Carrasco (2021) titulado Música y tecnología contra el Covid-19: Un caso en personas mayores; el estudio de Gómez y Mondo (2016), La influencia de las redes sociales en la captación de clientes bajo la óptica hotelera; y el trabajo de Gong (2019) llamado Barreras para la adopción de estándares de interoperabilidad para el intercambio de inteligencia sobre amenazas cibernéticas: un estudio exploratorio.

Posterior a la recolección de las notas, se clasificó cada una de estas en un formulario diseñado en esta misma plataforma, en el que se filtraron de acuerdo con las categorías determinadas para la investigación: Información general, Tratamiento informativo, Tratamiento digital y Contenidos de la migración.

Sobre la categoría de hipertextualidad, ubicada en el campo de Tratamiento digital, se evaluaron dos dimensiones diferentes: la cantidad de hipervínculos o enlaces incluidos en el cuerpo de la nota y las características de la hipertextualidad, en la que se determinaba el tipo de enlace que se usaba en la nota. Para esto que se dividieron de la siguiente forma: a)

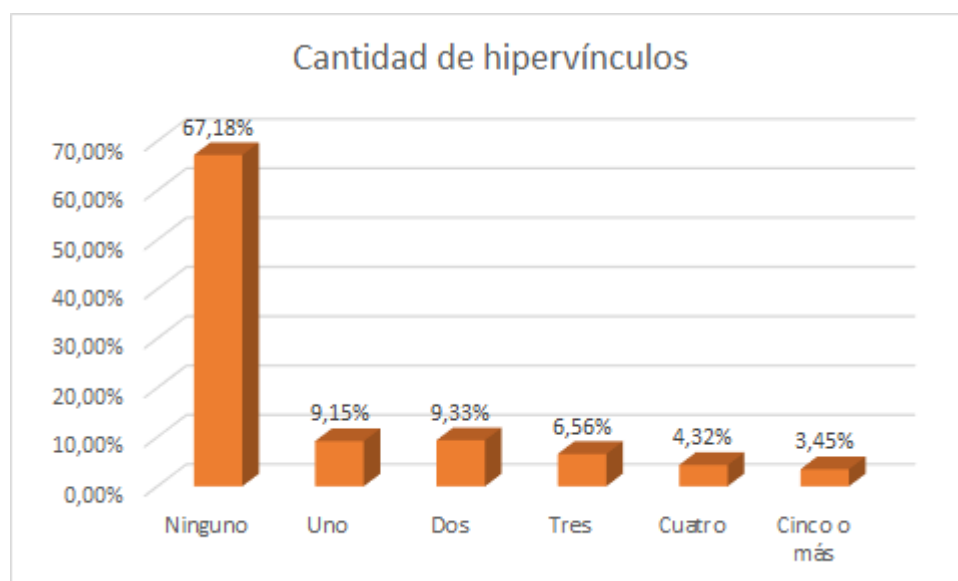
Hipervínculos a otros contenidos del mismo medios de comunicación, relacionados con el tema; b) Hipervínculos a otros contenidos del mismo medios de comunicación, sin relación con el tema; c) Hipervínculos a otros medios de comunicación; d) Hipervínculos a entidades públicas; e) Hipervínculos a otras páginas web (distintas de medios de comunicación y entidades públicas); f) Hipervínculos a otros documentos (en formato word, pdf u otros); y g) otro.

Después de haber filtrado las 571 notas y haberlas ingresado en el formulario de Question Pro, se procedió con el análisis de la información y el cruce de los resultados.

4. RESULTADOS

Los resultados arrojados a partir de la recolección y cruce de información obtenida de las notas sobre migración objeto de estudio, demuestran que el uso de hipervínculos en los medios digitales del Eje Cafetero es muy poco. De las 571 notas, 389 no hicieron uso de hipervínculos, 53 usaron uno, 54 dos enlaces, 38 usaron tres, 25 notas usaron cuatro y 20 notas emplearon cinco o más enlaces, como se puede observar en la Figura 1.

Figura 1. Cantidad de hipervínculos usados

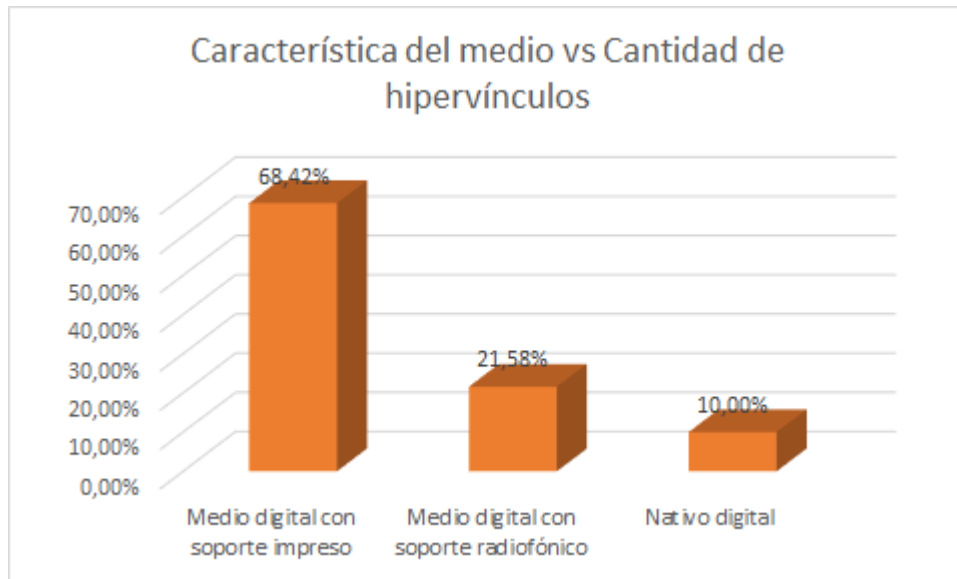


Fuente: Elaboración propia

De los 27 medios digitales analizados, el que más hace uso de hipervínculos es El Tiempo, con un total de 105 notas, seguido por Caracol Radio Pereira con un total de 21, después La Crónica con 16 y de último La Patria con nueve. El resto de medios usaron 10 o menos enlaces en el total de notas analizadas. De estos cuatro medios digitales, tres tienen soporte impreso y uno tiene soporte radial. El nativo digital que más cantidad de notas analizadas tuvo fue Eje 21 con un total de 131 notas, de las cuales, en solo tres se hace uso de hipervínculos. El segundo nativo digital con mayor cantidad de notas analizadas fue De la Realidad que, de las 52 notas totales de este medio, en ninguna se hizo uso de hipervínculos. El nativo digital que más hizo uso de los hipervínculos durante el periodo de tiempo de estudio fue El Querendón, con un total de ocho hipervínculos.

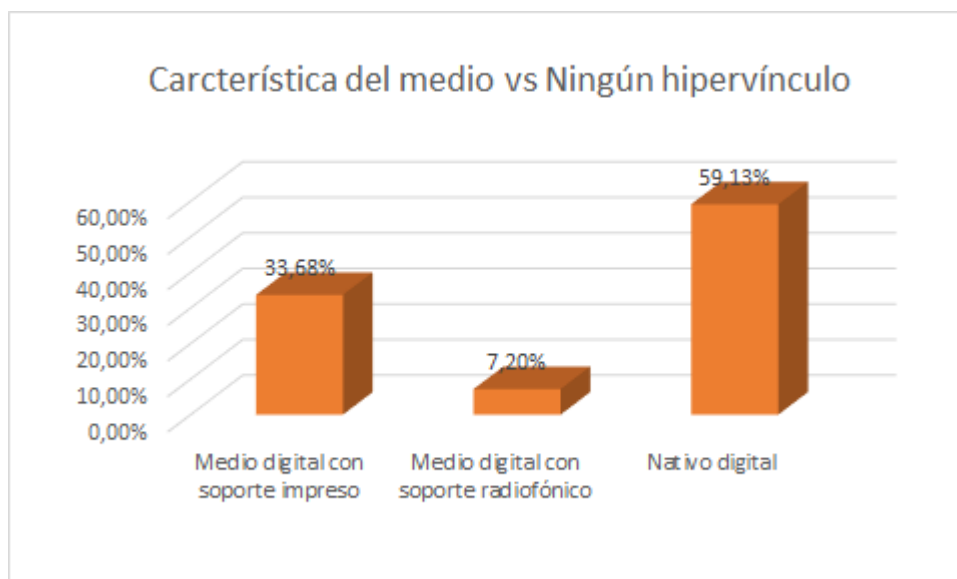
Al ser los nativos digitales medios nacidos en la web, se esperaría que estuvieran más adaptados al lenguaje digital que los medios tradicionales. Sin embargo, como se puede inferir de las cifras arrojadas por el análisis de resultados y como se puede observar en la Figura 2, son los nativos digitales los que menos uso hacen de los hipervínculos y, por el contrario, como lo muestra la Figura 3, son los medios digitales con soporte impreso los que más hacen uso de los enlaces.

Figura 2. Característica del medio vs Cantidad de hipervínculos



Fuente: Elaboración propia

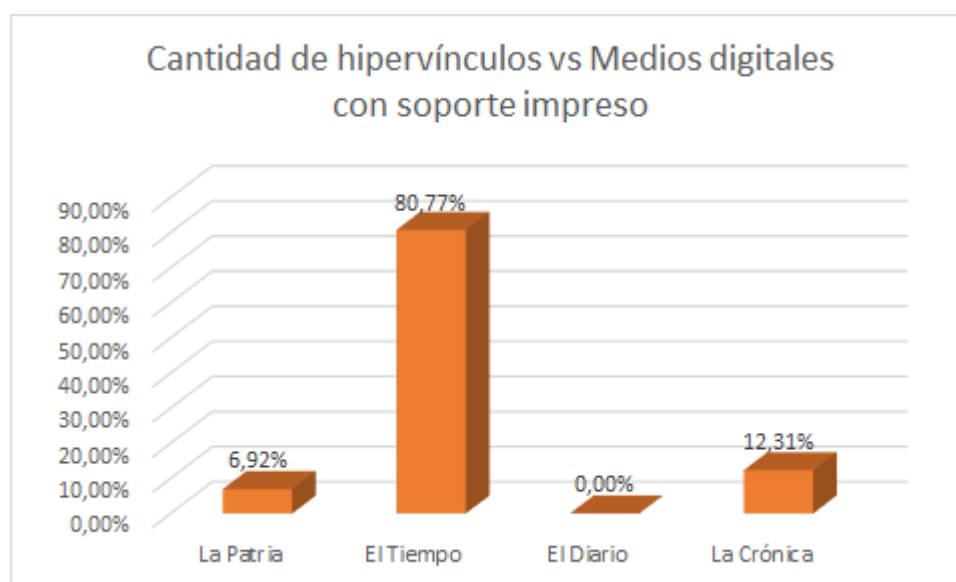
Figura 3. Característica del medio vs Ningún hipervínculo



Fuente: Elaboración propia

Además, en la Figura 4 se puede observar que de los cuatro medios digitales con soporte impreso analizados (El Tiempo, La Patria, La Crónica y El Diario), solo tres hicieron uso de hipervínculos. Como se mencionó, el que más enlaces empleó fue El Tiempo, con 105 notas con hipervínculos. Aunque La Crónica y La Patria también hicieron uso de enlaces, la proporción en comparación con El Tiempo es mucho menor: solo 16 y nueve notas con enlaces respectivamente, mientras que El Diario no usó ninguno.

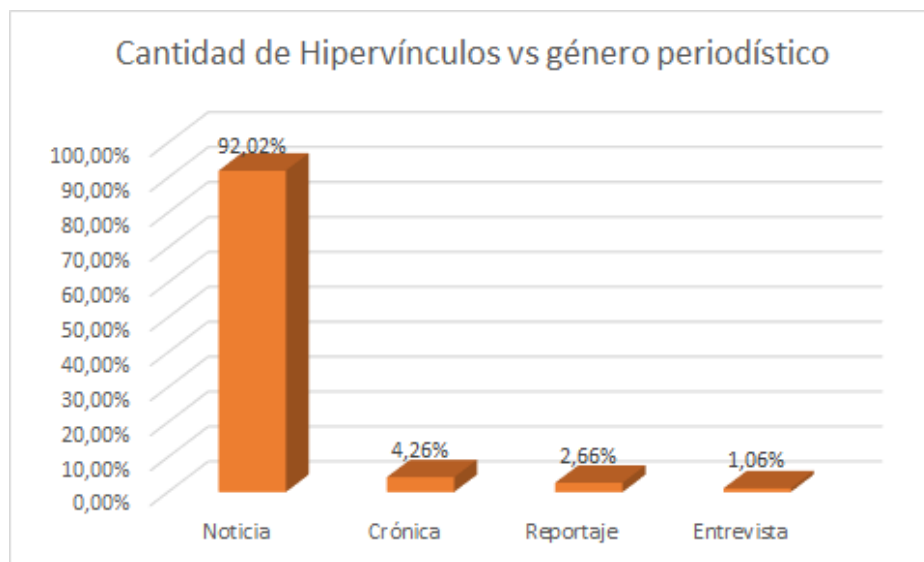
Figura 4. Cantidad de hipervínculos vs Medios digitales con soporte impreso



Fuente: Elaboración propia

El uso de los hipervínculos también varió dependiendo del formato y del género. Durante el periodo de tiempo objeto de análisis, solamente se hizo uso de hipervínculos en el formato informativo y en las 36 notas analizadas de opinión no se hizo uso de enlaces. Además, como se observa en la Figura 5, la noticia fue el género periodístico en el que más se usó la hipertextualidad, con un total de 173 notas, seguido por la crónica con ocho, el reportaje con cinco y de último la entrevista con dos notas. En las columnas de opinión o editoriales no se hizo uso de hipervínculos.

Figura 5. Cantidad de hipervínculos vs género periodístico

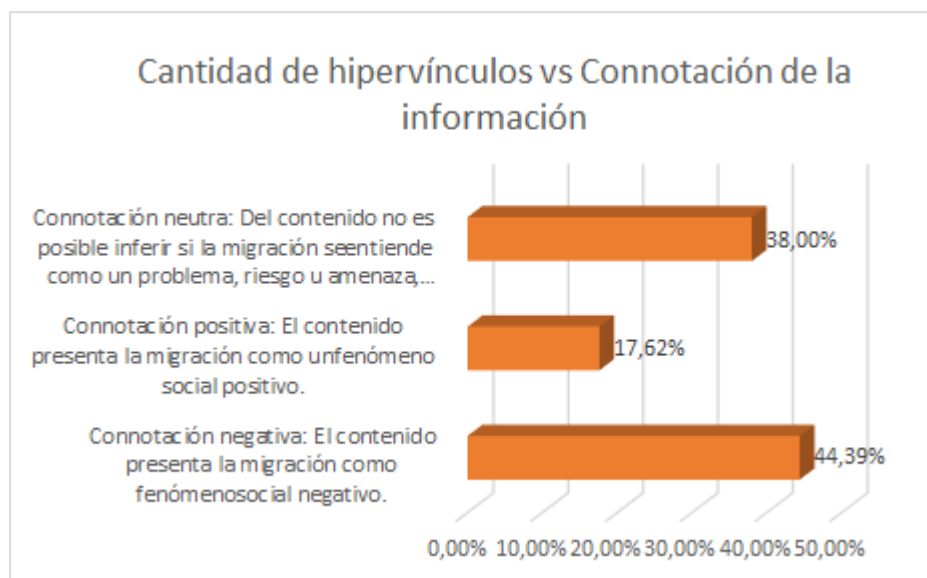


Fuente: Elaboración propia

Además de estos aspectos, la cantidad de enlaces también varía dependiendo de la connotación de la información y de la procedencia de la misma. En el primer caso, cuando la información tiene una connotación negativa o neutra se hace un mayor uso de hipervínculos que cuando la connotación es positiva, como se muestra en la Figura 6. En el caso de la procedencia de la nota, se usan más hipervínculos cuando son notas elaboradas con agenda propia que cuando están elaboradas con agenda obligada o agenda copiada, como lo presenta la Figura 7.

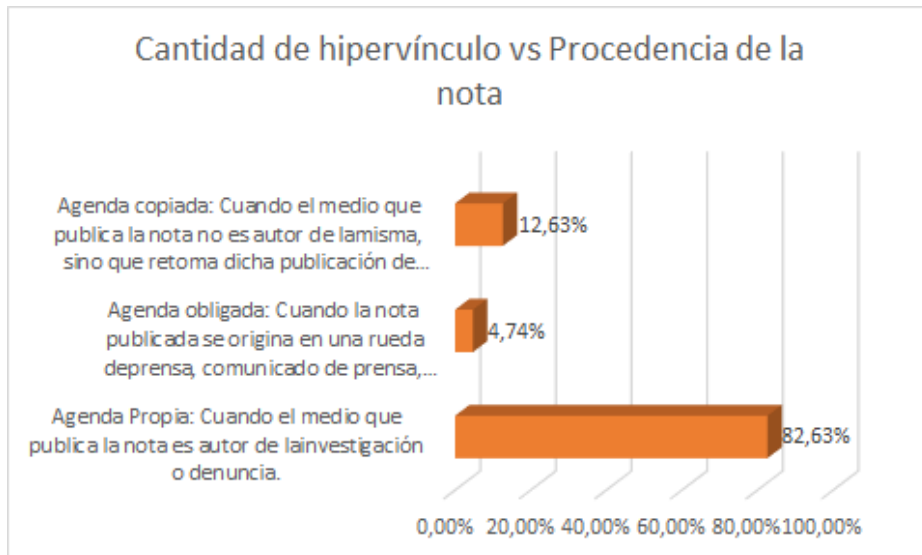
Es importante tener en cuenta que de las 247 notas de nativos digitales, 93 procedían de agenda copiada, la mayoría del medio Eje 21 que, de 132 notas analizadas de este medio, 83 fueron de agenda copiada. Además, Eje 21 es el medio que menor cantidad de hipervínculos usó, solamente usó enlaces en tres notas y, como se mostró en la Figura 3, son los nativos digitales los que menos usan hipervínculos. Debido a que este nativo digital es el que más notas analizadas tuvo y el que menos uso de la hipertextualidad hizo, podríamos decir que es debido a esa tendencia de este medio a publicar información proveniente de boletines de prensa o agencias nacionales o internacionales de noticias, que el uso de los hipervínculos es menor en nativos digitales que en medios que tienen algún soporte radiofónico o impreso, como muestran los resultados de esta investigación.

Figura 6. Cantidad de hipervínculos vs Connotación de la información



Fuente: Elaboración propia

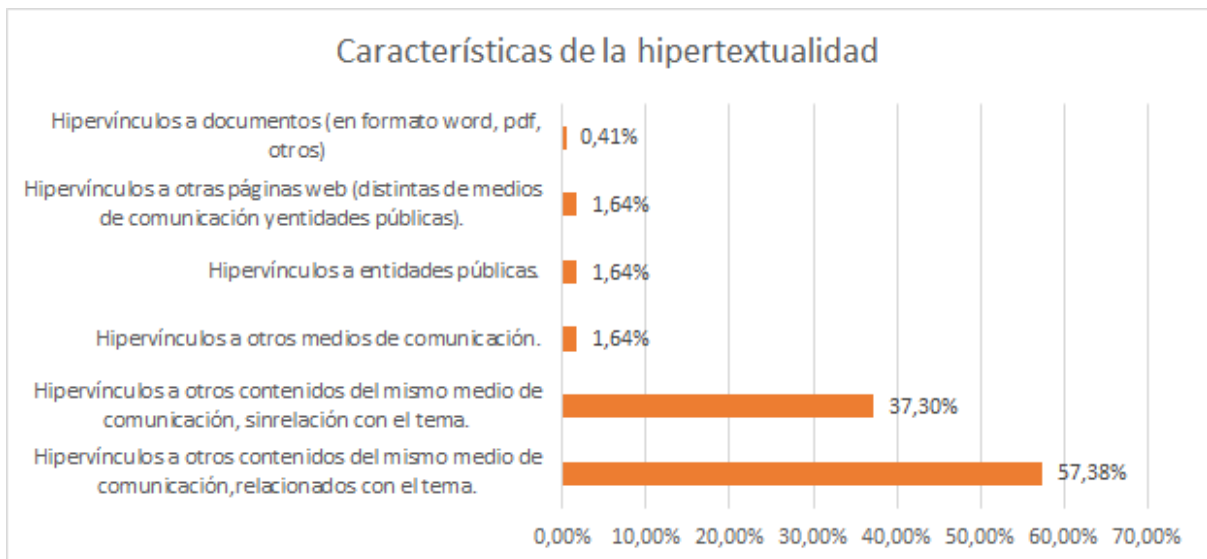
Figura 7. Cantidad de hipervínculos vs Procedencia de la nota



Fuente: Elaboración propia

En el caso de características de la hipertextualidad, los hipervínculos que más se usan son aquellos que dirigen a contenidos del mismo medio de comunicación con relación con el tema o sin relación con el tema. En 140 notas se usaron hipervínculos que dirigían a contenidos del mismo medio relacionados con el tema y en 91 notas se usaron hipervínculos a contenidos del mismo medio sin relación con el tema. Los hipervínculos a otros medios de comunicación, a entidades públicas o a páginas web distintas de medios de comunicación o entidades públicas se usaron en una proporción mucho menor a los anteriores: nada más en cuatro notas cada uno. Solamente en una nota se usó hipervínculos a documentos en formato word, pdf u otros. Los resultados se pueden ver en la Figura 8.

Figura 8. Características de la hipertextualidad

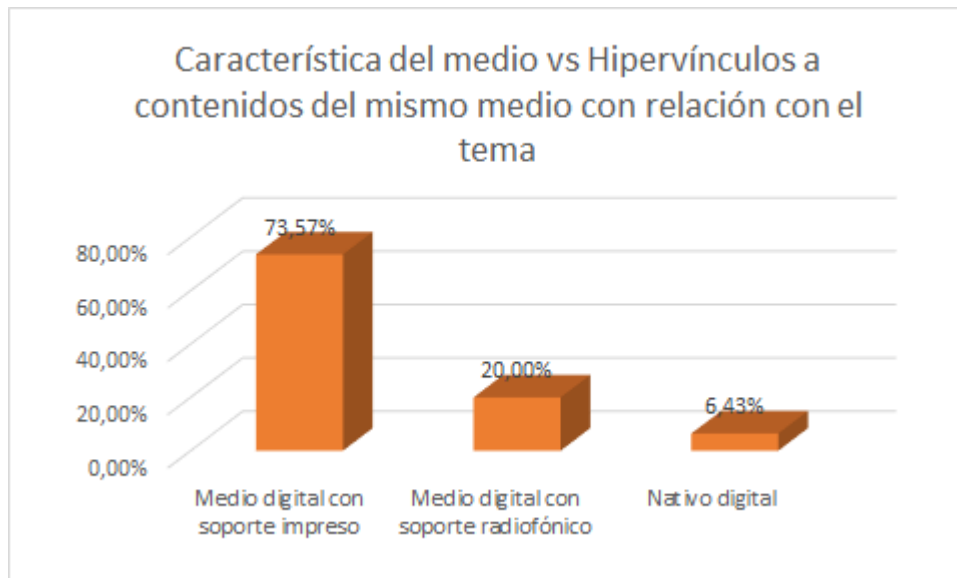


Fuente: Elaboración propia

Con respecto al tipo de enlaces que se usan en relación con la característica del medio, los medios digitales con soporte impreso emplean hipervínculos a contenidos del mismo medio con relación y sin relación con el tema más que los medios digitales con soporte radiofónico o los nativos digitales. Con este tipo de enlaces, los nativos digitales, solo con nueve notas, y los medios digitales con soporte radiofónico, con 28 notas, siguen estando muy por debajo de los medios digitales con soporte impreso, con 103 notas con este tipo de enlaces, como lo muestra la Figura 9.

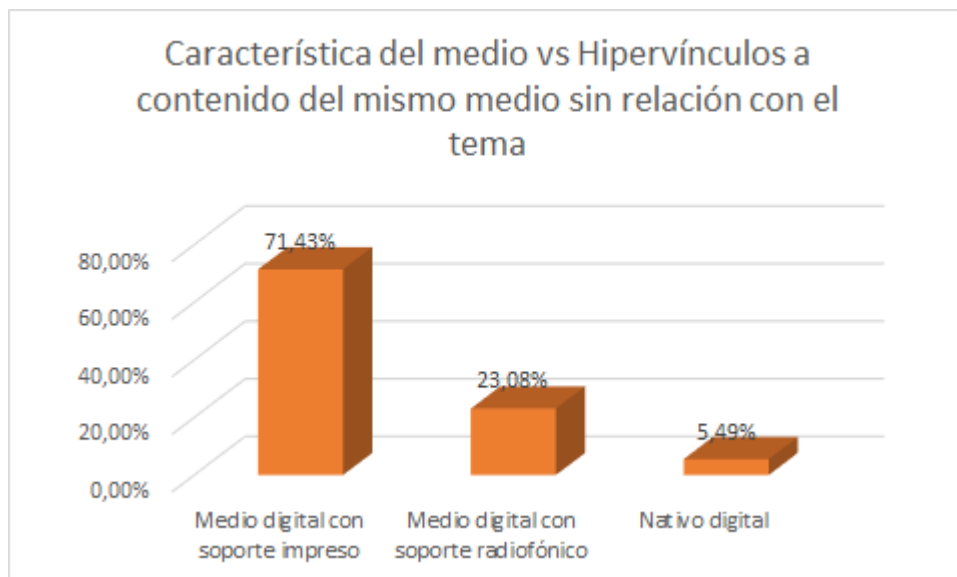
Con relación a los hipervínculos que dirigen a contenidos del mismo medio pero sin relación con el tema, aunque se ve una disminución, el uso de enlaces es muy similar a los que se muestran en la Figura 9. La variación más significativa la tienen los medios digitales con soporte impreso con 65 notas. En los medios digitales con soporte radiofónico solo en 21 notas se hizo uso de este tipo de hipertexto y en los nativos digitales nada más con cinco, como se observa en la figura 10.

Figura 9. Característica del medio vs Hipervínculos a contenidos del mismo medio con relación con el tema



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Característica del medio vs Hipervínculos a contenido del mismo medio sin relación con el tema



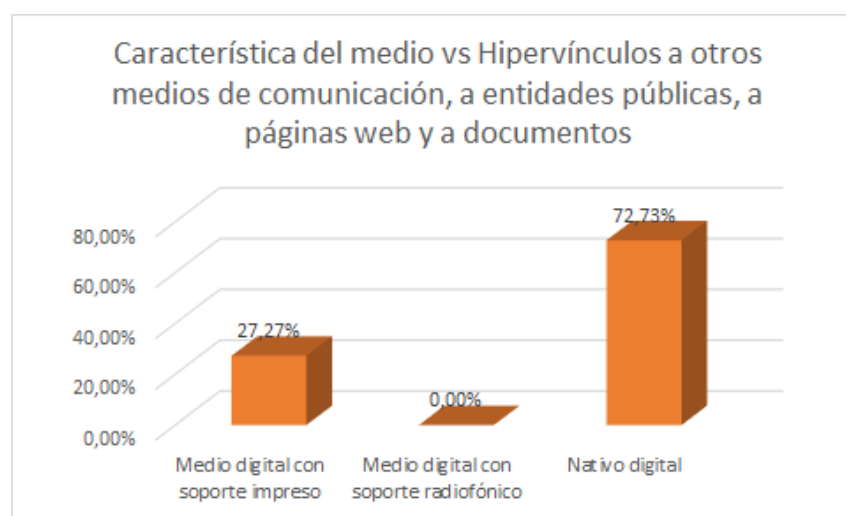
Fuente: Elaboración propia

Con respecto al uso de los hipervínculos que dirigen a otros medios, a entidades públicas, a páginas web diferentes de medios de comunicación o entidades públicas y a documentos, son los nativos digitales los que mayor uso hacen de este tipo de hipervínculos. Sin embargo, la cantidad de notas no es muy alta y tampoco es significativa con respecto a la totalidad de notas analizadas: los nativos digitales usaron este tipo de enlaces solo en ocho notas, mientras que los medios digitales con soporte impreso en tres y los medios digitales con soporte radiofónico no hicieron uso de este tipo de hipervínculo.

Por ejemplo, el único medio que usó enlaces que dirigían a documentos fue La Cebra que Habla en la nota “Día Internacional del Migrante: Nosotros Juntos”, publicada el 17 de diciembre de 2019, en la que hacen uso de dos hipertextos que dirigen a documentos pdf. El primero dirige a un artículo titulado “Migraciones y microtráfico: el caso del Eje Cafetero colombiano”, y el segundo a un documento publicado por el DANE, el cual presenta una aproximación a la migración internacional colombiana a partir del Censo General de 2005. En esa misma nota, también hay un enlace que dirige a una publicación en la página de la Cancillería de Colombia, una entidad pública, y cuatro enlaces que dirigen a entradas de otros medios de comunicación (El Tiempo, El País, La República y Revista Dinero), todas sobre historias de migrantes. De las ocho notas que hicieron uso de este tipo de enlaces, además de la publicada por La Cebra que Habla, otras tres hicieron uso de hipervínculos a otros medios, dos de ellas fueron de El Querendón y una de Eje 21, ambos nativos digitales. Cabe destacar, que el uso de los enlaces hecho por estos dos medios no es una profundización de la información, sino que son enlaces que dirigen a noticias replicadas por estos medios. Una de las dos notas de El Querendón, publicada el 26 de enero del 2020 y titulada “El matrimonio entre la «última gran princesa inca» y un capitán español que selló la conquista de Perú”, la cual era una historia publicada originalmente por BBC, contenía enlaces que dirigían a ese

medio. El hipertexto usado en la nota de Eje 21, titulada “Presunto fraude con venezolanos de cara a las elecciones” publicada el 16 de agosto de 2019, conducía a una nota hecha originalmente por CM&, publicada en su canal de Youtube. Los resultados se muestran en la Figura 11.

Figura 11. Característica del medio vs Hipervínculos a otros medios, a entidades públicas, a páginas web y a documentos



Fuente: Elaboración propia

Es importante tener en cuenta que en las notas en las que se usaron dos o más hipervínculos se podían encontrar dos o más tipos diferentes de enlaces. El Tiempo, que fue el medio analizado que más hipervínculos usó, empleó principalmente hipervínculos a otros contenidos del mismo medio relacionados con el tema, con un total de 82 notas. De ese tipo de enlace, el segundo medio digital que más lo usó fue Caracol Radio Pereira, con 16 notas, seguido por La Crónica con 13, La Patria con ocho y Caracol Radio Armenia con seis. El resto de medios usó en cinco o menos notas este tipo de enlace.

Con respecto a los hipervínculos que dirigen a contenidos del mismo medio sin relación con el tema, El Tiempo empleó este recurso en 57 notas. El segundo medio digital

que más lo usó fue Caracol Radio Pereira con 10 notas, seguida por RCN Risaralda, con seis notas. El resto de medios usó en menos de cinco notas este tipo de enlace. Los hipervínculos a otros medios de comunicación, entidades públicas, páginas web y documentos fueron usados en su mayoría por un nativo digital, aunque la proporción es muy baja con respecto al uso de los otros tipos de enlaces: La Cebra que Habla empleó en tres de sus notas estos recursos.

Uno de los enlaces hacia otras páginas web que usa este medio es en la crónica publicada el 22 de marzo de 2020, titulada “Postales de la migración centroamericana: las batallas sin cuartel de Douglas Oviedo”, en la cual hay un hipertexto que dirige a la página web del proyecto The Bridge El Puente, emprendido por migrantes pertenecientes a una caravana que viajaba desde Honduras con destino a Estados Unidos, en 2018, y del con el cual está relacionado el protagonista de la crónica, quien era uno de los migrantes que viajaba con la caravana. Otro ejemplo de un hipervínculo hacia otras páginas web usado por este medio es el usado en la noticia “[N.I.E] Número de Identificación Extranjero: el libro como objeto”, publicada el 9 de diciembre de 2019, que llevaba a la editorial que publicó el libro del cual trataba la noticia.

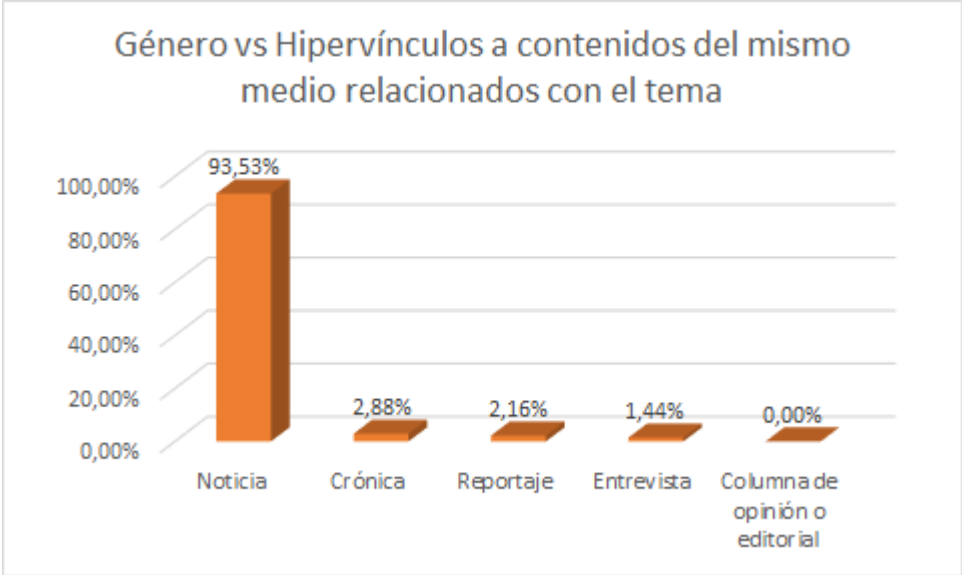
Es importante mencionar que los enlaces que dirigían a entidades públicas, exceptuando el publicado por La Cebra que Habla, servían como apoyo a información relacionada con trámites migratorios como Permisos de Permanencia, información de apoyo para colombianos en el exterior u obtención de visas humanitarias para migrantes venezolanos. Por ejemplo, en tres notas publicadas por El Tiempo, Eje 21 y BC Noticias, se usaron enlaces que dirigían a entidades como Migración Colombia, al Ministerio de Trabajo o al Consulado Virtual del Gobierno de Ecuador.

En el caso del género periodístico, la noticia es la que más variedad tiene de tipos de hipervínculos. El tipo de enlace que más se usa en las noticias son los hipervínculos que dirigen a contenidos del mismo medio relacionados con el tema, de las cuales en 130 notas

hicieron uso de este tipo de enlace. De las crónicas analizadas solo cuatro usaron este tipo de enlace, los reportajes tres y en las entrevistas solo dos notas, como se puede ver el Figura 12.

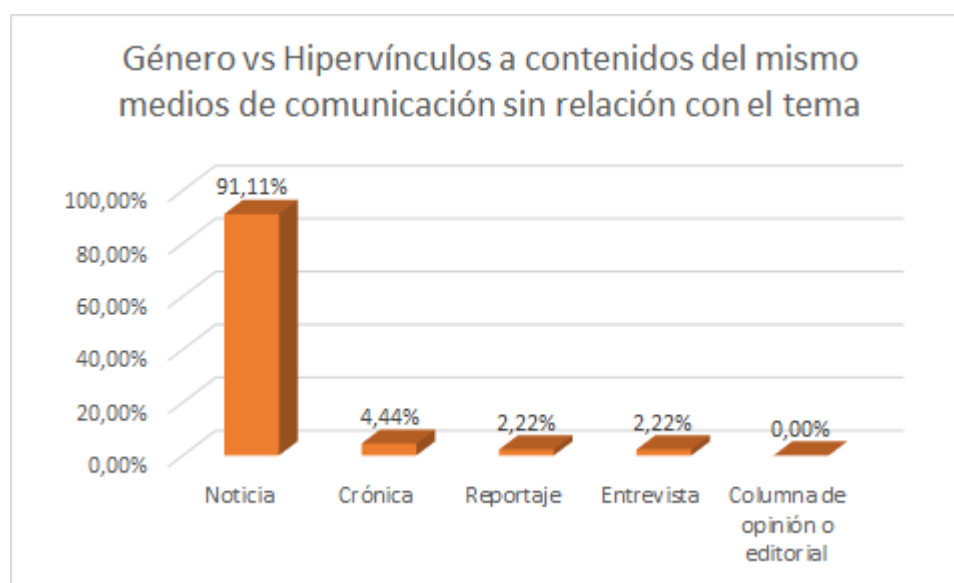
De los otros tipos de enlaces, en 82 notas se usan hipervínculos a contenidos del mismo medio sin relación con el tema, en solo cuatro crónicas se hace uso de este enlace y en los reportajes y las entrevistas, tan solo en dos notas de cada género se encuentra este recurso, esto se puede observar en la Figura 13. Con los hipervínculos a otros medios de comunicación, a entidades públicas, a páginas web y a documentos, el uso es muy poco con respecto al total de notas: tan solo se usan en noticias, crónicas y reportajes, y en cada uno menos de diez notas emplea este recurso.

Figura 12. Género vs Hipervínculos a contenidos del mismo medio relacionados con el tema



Fuente: Elaboración propia

Figura 13. Género vs Hipervínculos a contenidos del mismo medio sin relación con el tema



Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Con respecto al uso de la hipertextualidad en los medios digitales del Eje Cafetero, se puede decir que es muy precario y que todavía falta mucho para que los medios digitales de la región se adapten al lenguaje de la web. Por un lado, podemos evidenciar que la cantidad de enlaces que se usan son muy pocos con respecto a la cantidad de notas analizadas y, por otro lado, el tipo de enlaces que se emplean son los enlaces más básicos, que dirigen a contenidos del mismo medio de comunicación y no profundizan en el relato, ni obedecen a los principios de interconectividad de la internet, por el contrario, apuntan a que el lector se mantenga dentro del mismo sitio web.

Aunque se esperaría que sean los nativos digitales los que más hagan uso de este recurso, como lo muestran los resultados, son estos medios los que menos emplean hipervínculos a la hora de construir relatos periodísticos. A pesar de que son medios que nacen a partir en el entorno digital y no tienen ningún soporte en medios análogos o

tradicionales, se puede concluir que son estos los medios que están menos adaptados al ciberespacio. En cambio, los medios tradicionales, que realizan a la par un tipo de periodismo pensado para medios análogos, son los que mayor adaptabilidad han tenido y los que mejor han transformado sus prácticas para implementar el ciberperiodismo. El mejor ejemplo de esto es El Tiempo, que de las 102 notas analizadas, en todas se usaron uno o más hipervínculos.

Sin embargo, la cantidad de hipervínculos usados por cada medio en sus notas no es un indicador de que se esté aprovechando al máximo el recurso, pues los enlaces que se emplean suelen ser los contextuales o relacionales, que son los más simples semánticamente (Fondevila & Segura, 2012), y el uso de los enlaces recomendados es casi nulo. Por lo tanto, no hay enlaces que demuestren una investigación profunda en el tema que pueda dar contexto y mayores herramientas al lector para profundizar en el relato periodístico.

Además de esto, también hay un desaprovechamiento de la hipertextualidad al no implementarla en ciertos géneros como, por ejemplo, el reportaje. Salaverría (2005) señala que el reportaje es un género especialmente apto para la hipertextualidad ya que se caracteriza por su aprovechamiento de la documentación. Pero como podemos evidenciar, en tan solo cinco reportajes de las 571 notas analizadas se hizo uso de enlaces, y fueron enlaces que dirigían a contenidos del mismo medio.

En relación con el tratamiento informativo de la migración, cuando la connotación es negativa se usan más enlaces que cuando la connotación es positiva. Sin embargo, si tenemos en cuenta que el 44,39% de las notas analizadas tuvieron una connotación negativa, y que la mayoría de notas analizadas se ubicaron en la esfera periodística judicial, seguridad y orden público, es posible que este resultado se deba a que hay más notas que se ubican en un campo periodístico judicial, en el cual la información suele ser negativa. Sin embargo, valdría la pena profundizar más en este análisis en estudios futuros.

La migración, al ser tan diversa y tener tantas aristas, es un fenómeno que representa un gran reto a la hora de ser narrado, principalmente para los periodistas y los medios de comunicación, que no se da solo por las diferentes razones que llevan a que una persona migre, o por los diferentes tipos de migración que hay, sino también por las narrativas negativas que se construyen a partir del lenguaje y que profundizan problemas como la xenofobia, el racismo o la aporofobia. En este sentido, los medios de la región están desaprovechando las herramientas del lenguaje del ciberperiodismo, en este caso la hipertextualidad, para ofrecer relatos amplios, profundos y contextualizados sobre la migración. Eso lo demuestra tanto la poca cantidad de hipertextos usados, como la poca variedad de géneros periodísticos usados en las notas que se analizaron. También, porque no solo es la noticia el género más usado, sino que además gran parte de las notas de nativos digitales, por ejemplo Eje 21, eran noticias provenientes de agenda copiada. Estos resultados dan cuenta de la poca investigación periodística que hicieron los medios de la región sobre la migración en el periodo de tiempo durante el cual se hizo la recolección de datos.

Es evidente que a los medios digitales de la región del Eje Cafetero les falta madurar en cuanto al uso del lenguaje en el ciberespacio. Aunque se muestran avances en los que se intenta hacer uso de hipertextos para dar contexto general y ampliar la información dirigiendo al lector a contenidos relacionados, todavía falta profundizar más en las posibilidades narrativas que tiene el hipertexto como herramienta digital, así como es necesario adecuarlo al lenguaje del ciberperiodismo que se hace en la región. También, se evidencia que los nativos digitales se limitan a presentar información como una réplica a un medio impreso o, en algunos casos, a solo publicar información dada por un boletín o por una agencia de noticias. Para que la información que se presenta en la red sea competitiva con la que obtenemos en medios tradicionales análogos, los medios digitales del Eje Cafetero todavía

deben adaptarse y adoptar las dinámicas de la red y así aprovechar más el abanico de posibilidades que ofrece el recurso de la hipertextualidad.

REFERENCIAS

- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (Sin fecha). Venezuela: crisis de refugiados y migrantes. Recuperado de:
<https://eacnur.org/es/labor/emergencias/venezuela-crisis-de-refugiados-y-migrantes>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2020). Situación en Venezuela. Recuperado de <https://www.acnur.org/situacion-en-venezuela.html>
- Arias-Robles, F., & García-Avilés, J. A. (2016). Definiendo la hipertextualidad. Análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución del concepto. *Revista ICONO14 Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 14(2), 48-68. doi: 10.7195/ri14.v24i2.995
- Akbiak, M., & Dicker, E. (8 de abril de 2015). Interactivo: ¿cómo te enfrentarías al peligroso viaje de un refugiado sirio?. *BBC Mundo*.
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150401_smj
- Cancillería de Colombia. (2005). Antecedentes históricos y causas de la migración. Recuperado de <https://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>
- Carrasco, A.M.V. (2021). Music and technology against Covid-19: A case in older people [Música y tecnología contra el Covid-19: Un caso en personas mayores]. *Prisma Social*, (32), 244-261.
- Edwards, A. (11 de julio de 2016). ¿"Refugiado" o "Migrante"? ¿Cuál es el término correcto?. *Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados*.
<https://www.acnur.org/noticias/noticia/2016/7/5b9008e74/refugiado-o-migrante-cual-es-el-termino-correcto.html#:~:text=Decimos%20%27refugiados%27%20cuando%20nos%20referimos,la%20definici%C3%B3n%20legal%20de%20refugiado>
- Esguerra, C. (2019). La representación periodística de las migraciones. En *Pistas para contar la migración* (pp. 20-43), Fundación Konrad Adenauer.

Florian, M. A., & Gómez, M. A. (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 de Junio, Julio y Agosto de 2013*. (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte). <http://hdl.handle.net/11537/6367>

Fondevila, J. F., & Segura, H. (2012a). The weight of the hypertext in the digital journalism: a comparative study. *Cuadernos de Información*, 30, 31-40. <https://doi.org/10.7764/cdi.30.434>

Fondevila, J. F., & Segura, H. (2012b). Uso del hipertexto en el ciberperiodismo: el caso de Colombia. *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui* (117). 37-40. <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5368/1/RFLACSO-CH117-06-Prieto.pdf>

Gómez, B.L.T. & Mondo, T.S. (2016). The influence social networks in customer acquisition under optical hoteliers [A contribuição das redes sociais na captação de clientes sob a percepção dos gestores hoteleiros]. *Revista Brasileira de Marketing*, (15)2, 195-206.

Gong, N. (2019). Barriers to adopting interoperability standards for cyber threat intelligence sharing: An exploratory study. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, (857), 666-684.

Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M. & Pérez-Rodríguez, M. A. (2020). Venezuelan mass migration in Colombia: Study of newsframing in reference cybermedia. *Análisi*, (63), 1–18. <https://doi.org/10.5565/REV/ANALISI.3280>

Mejía, W. (2012). Colombia y las migraciones internacionales: evolución reciente y panorama actual a partir de las cifras. *REMHU : Revista Interdisciplinar Da Mobilidade Humana*, 20(39), 185-210. <https://doi.org/10.1590/s1980-85852012000200010>

Micolta, A. (2005). Teorías y conceptos asociados al estudio de las migraciones internacionales. *Revista del Departamento de Trabajo Social, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia*, 7(1), 59-76.

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/tsocial/article/view/8476/9120>

Migración Colombia. (2017). Radiografía de venezolanos en Colombia 2017.

<https://www.migracioncolombia.gov.co/infografias/radiografia-de-venezolanos-en-colombia-2017-2>

Migración Colombia. (2021). Distribución de Venezolanos en Colombia - Corte 31 de Enero de 2021.

<https://www.migracioncolombia.gov.co/infografias/distribucion-de-venezolanos-en-colombia-corte-31-de-enero-de-2021>

Morelo, G. (2019). Andar con los otros. En *Pistas para contar la migración* (pp. 11-18), Fundación Konrad Adenauer.

Organización Internacional para las Migraciones. (2006). *Glosario sobre Migración*.

https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml_7_sp.pdf

Palau-Sampio, D., & Sánchez-García, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication and Society*, 33(2), 1-16. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.1-16>

Plataforma de Coordinación para Refugiados y Migrantes Venezolanos., Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos. (2020). Infografía de Refugiados y Migrantes Venezolanos en el Eje Cafetero. [Infografía].

Salaverría, R. (2005). Hipertexto periodístico: mito y realidad. *III Congreso Internacional Comunicación y Realidad*, 517-524.

<http://dadun.unav.edu/handle/10171/5095>

Talavera, M. M. (2012). La Ética periodística en el tratamiento informativo de la migración. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 339-354.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=935/93524422018>

Toro, M. (7 de junio de 2019). Ya son más de 4 millones de migrantes y refugiados venezolanos en el mundo, según ACNUR. *CNN*.

<https://cnnespanol.cnn.com/2019/06/07/mas-de-4-millones-de-migrantes-y-refugiados-venezolanos-en-el-mundo-segun-acnur/>

Villegas-Botero, A. & Giraldo-Quintero, Y. (2019). Tratamiento informativo de la corrupción en los medios digitales de Manizales, Colombia. *Sociedad y Economía*, 38, 105-129. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99664268006>

Zamora, L. N. (2009). Tres lustros del periodismo digital: Interactividad e hipertextualidad. *Comunicar*, 16(33), 35-43. doi: 10.3916/c33-2009-02-003