



Asunto: Informe de conclusión de trabajo
para titulación y propuesta de lectores.
Guanajuato, Gto. 26 de enero de 2023.

REGISTRO
(PARA USO EXCLUSIVO DE LA
COORDINACIÓN DEL
PROGRAMA)
FT04-LLE-2022-07

Dr. Miguel Ángel Hernández Fuentes
Director de la División de Ciencias Sociales y Humanidades
Campus Guanajuato
Presente

Por este medio la que suscribe, Mtra. Flor Esther Aguilera Navarrete, se dirige a usted para informarle que el trabajo para la obtención de título que me encomendó ha sido concluido. Los datos son los siguientes:

- Nombre del egresado
- NUA
- Programa educativo
- Modalidad de titulación
- Título del trabajo
- Eric Zavala Medina
- 402329
- Licenciatura en Letras Españolas
- Informe de Ejercicio Profesional
- Mi experiencia profesional en la edición de textos periodísticos y su adaptación al portal digital del Periódico Correo de Guanajuato, 2017-2022: Un caso de redacción hipertextual.

De la misma forma me permito sugerir a su amable consideración a los tres siguientes profesores como lectores, contemplando que cumplen con las características que marca la normatividad vigente:

1. Mtra. Gabriela Trejo Valencia
2. Lic. Lucía Noriega Hernández
3. Dr. Hugo Heriberto Morales del Valle (Suplente)

Atentamente

Directora del trabajo de titulación
Mtra. Flor Esther Aguilera
Navarrete

Ccp. Coordinación del programa

Nota: FT04: Para su aplicación para estudiantes de posgrado y aquellos y aquellas estudiantes de licenciatura cuya trayectoria se rige por la normatividad del 2008 y los planes de estudios anteriores al Modelo Educativo del 2016.



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO



Campus Guanajuato

División de Ciencias
Sociales y Humanidades
Departamento de
Letras Hispánicas

Mi experiencia profesional en la edición de textos periodísticos y su adaptación al portal digital del Periódico Correo de Guanajuato 2017-2022: Un caso de redacción hipertextual

INFORME DE EJERCICIO PROFESIONAL: *EDICIÓN*

ERIC ZAVALA MEDINA

Asesora: MTRA. FLOR ESTHER AGUILERA NAVARRETE

GUANAJUATO, GTO., FEBRERO DE 2023

RESUMEN

Este informe describe y explica el problema que enfrenté profesionalmente en mi práctica como redactor y editor en el *Periódico Correo* de Guanajuato, ante la exigencia para desarrollar y manejar nuevas habilidades y técnicas editoriales requeridas por las nuevas tecnologías periodísticas utilizadas para la transferencia digital de los textos periodísticos o *redacción hipertextual* como un tipo especial de discurso que integra nuevos conocimientos metodológicos y técnicos necesarios para ese proceso de composición textual (Lluís Codina, 2003; José Álvarez Marcos, 2003) donde concurren elementos lingüístico-gramaticales, estilísticos, semióticos y virtuales que estructuralmente rebasan la redacción textual tradicional.

El objetivo es mostrar, desde mi trabajo de editor en el portal del *Periódico Correo* de 2017 al 2022, cómo la novedosa *redacción hipertextual* ha demandado ampliar y enriquecer competitivamente las habilidades profesionales de un egresado de la carrera en Letras Españolas. Los resultados arrojados en este informe exhiben la necesidad y el apremio para desarrollar estas competencias complementarias que perfilen un desempeño más competitivo.

Finalmente, este informe de mi ejercicio profesional revela que la formación académica en esta carrera debe favorecer la ampliación y la optimización de su horizonte laboral en la línea del ejercicio de la hipertextualidad en su actual campo de acción.

PALABRAS CLAVE

Edición, redacción, texto periodístico, hipertextualidad, redacción hipertextual, hiperdocumento, competencias profesionales.

ÍNDICE

Introducción.....	2
Tema y problema.....	2
Contexto y antecedentes.....	6
Justificación.....	18
Objetivo.....	19
Marco de referencia.....	19
Metodología.....	22
Resultados.....	22
La edición de notas en el <i>Periódico Correo</i>	23
1. Recepción de notas.	24

2. Lectura de exploración y la frase clave.	26
3. La cabeza editorial o elección del título.	27
4. El extracto o la metadescripción.	30
5. El cuerpo de la nota.	32
6. Componentes del SEO dentro del texto.	39
6.1 La frase clave.....	39
6.2 Los enlaces.....	41
6.3 Los elementos multimedia.....	42
7. Las categorías.	47
8. Las redes sociales.	51
Conclusiones.	55
Referencias.....	57
Anexo.....	58

INTRODUCCIÓN

Tema y problema

Indudablemente, una de las competencias profesionales características de la carrera de Letras Españolas de la Universidad de Guanajuato es el desarrollo de los conocimientos, habilidades y técnicas para la redacción y la edición de diversos tipos de textos, entre ellos, los periodísticos. Si asumimos que uno de los objetivos académicos formativos de la Licenciatura en Letras Españolas es desarrollar una alta competencia en el manejo de la lengua española, la experiencia en la edición de textos periodísticos representa un reto particular frente a los textos considerados actualmente “literarios” (como el cuento, la novela, la poesía o el ensayo literario), aunque si bien históricamente el periodismo fue la base de desarrollo para la literatura, su eventual independencia de ésta lo llevó por senderos y prácticas propias, conservando —en esencia— las habilidades en el manejo de la lengua donde la redacción periodística ha mostrado su especificidad disciplinaria con respecto a otros géneros literarios.

Este informe de ejercicio profesional tiene el propósito de mostrar la actual relevancia profesional del trabajo de edición de textos periodísticos que un Licenciado en Letras Españolas desarrolla como actividad especializada del uso y manejo de la lengua española. Esto mediante la puesta en práctica de las habilidades de redacción textual adquiridas en la formación universitaria y conformadas en torno al desarrollo de competencias lingüísticas (estructura del lenguaje), gramaticales (estructura de la lengua), retóricas (uso persuasivo del discurso), estilísticas (uso estético de la lengua) y semióticas (producción, funcionamiento y recepción sígnicas y simbólicas). En este sentido, mi experiencia profesional dentro del equipo editorial del *Periódico Correo* de

Guanajuato es descrita y explicada a partir de una cuestión fundamental: cómo la redacción y edición digital de textos periodísticos —editados como *hipertextos*— evidencian la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades que se integrarían a un perfil más profesionalizado no sólo del manejo de la lengua española, sino también del dominio técnico del lenguaje digital para elaborar los trabajos de la edición digital o edición hipertextual.

Desde un punto de vista metodológico, la *redacción hipertextual* como adaptación periodística digital presenta un modo novedoso para desarrollar competencias inéditas, pero necesarias, para una redacción especializada como editor en el *Periódico Correo*. Este informe es el resultado de mi experiencia profesional de editor en dicho periódico, así como mi reflexión sobre esta labor editorial, centrándome en las tareas de redacción, transferencia y edición digitales desde que ingresé al diario en 2017. Inicialmente, describo cómo las funciones de edición de textos periodísticos, así como su adaptación digital, exigen un manejo experto de las herramientas específicas para realizar una edición hipertextual. Con esto me enfrenté al fenómeno de la hipertextualidad como digitalización periodística.

Esto conllevó una experiencia desconocida en mi campo profesional, porque las habilidades de redacción, adquiridas durante mi formación académica, fueron puestas a prueba en este nuevo tipo de redacción periodística. Sobre todo, las relativas al vínculo entre los aspectos lingüístico-gramaticales (referidos a los aspectos de estructura y forma de la lengua española) y los aspectos retórico-semióticos (correspondientes a las figuras y formas discursivas que le confieren significado y valor pragmático a este uso específico de la lengua española).

Esta moderna práctica de la hipertextualidad inevitablemente modificó y amplió mi perspectiva tradicional de la redacción, debido a que me exigió nuevos conocimientos y habilidades complementarios que integré a mi formación profesional, como el caso del conocimiento, uso y manejo de herramientas y recursos digitales para elaborar los *hipertextos* o *documentos hipertextuales*, con una demandada óptima calidad de elaboración para cumplir con las características de una lectura periodística digital, la cual debe ser más dinámica e interactiva en comparación a un texto periodístico tradicional. Esto refiere a una lectura no lineal que le permite al lector la posibilidad de moverse a discreción a lo largo de cualesquiera de las partes del texto y que, además, le permite acceder o intervenir con sus opiniones y comentarios sobre el contenido

expuesto en una nota o en un artículo, tal como lo explica Martín Herrera en su trabajo “Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio”.

Esto ha marcado un cambio significativo no sólo en la transmisión de la información, sino también en el proceso de su consumo mediante una lectura visual e interactivamente más dinámica y exigente en la calidad de sus contenidos. Todo ello derivado de la digitalización de periódicos y revistas que ha modificado la manera en que los lectores leen y se informan en las distintas plataformas digitales de dichos medios de comunicación masiva, según como lo explica Ramón Salaverría en su artículo “Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión”.

En resumidas cuentas, mi ejercicio profesional en el presente informe revela la necesidad de que los nuevos conocimientos y habilidades empleados en los trabajos de edición digital deben integrarse imperiosamente al perfil formativo y especializado de los profesionales en el manejo de la lengua española ante la necesidad de estas nuevas habilidades requeridas en el ámbito editorial.

Por tal motivo, el tema de mi informe se centra en las labores de *hipertextualización* o edición periodística digital de la información en el portal del *Periódico Correo*, una actividad que ha modernizado las competencias de redacción en el uso y manejo profesional de la lengua española dentro del espacio digital de los medios digitales de comunicación. La característica fundamental de esta moderna redacción como *hipertextualidad periodística* se encuentra en el soporte estructural de sus componentes hipertextuales, como son las galerías de fotos, audios y videos para enriquecer, ampliar y potenciar el alcance de la información en el espacio interactivo de los *hiperdocumentos* periodísticos. Esta *redacción hipertextual* brinda un acceso diacrónico y actualizado a la información. Es decir, hace posible que la información periodística sea puesta al día y esté dispuesta a los lectores en cualquier momento que deseen consultarla. Es así como las tradicionales habilidades de redacción y edición periodísticas (habilidades gramaticales, retóricas y estilísticas) se han visto orilladas a incorporar otro tipo de técnicas y destrezas (habilidades semiótico-ciberneticas especializadas) que requieren de una visión más amplia de la práctica de redacción, integradora de esas habilidades descritas.

Derivado de este tema, justamente mi informe se enfoca en cómo mi práctica profesional de redacción y edición demostró la necesidad del desarrollo y el manejo de esas nuevas destrezas y técnicas necesarias para realizar la transferencia digital de los textos periodísticos en dicho portal, sobre la base de competencias para la *redacción hipertextual* en un tipo especial de discurso

integrador de conocimientos metodológicos y técnicos especializados en ese proceso de composición textual más allá de una redacción textual tradicional. Con esto quiero decir que no se trata sólo de insertar imágenes o videos para acompañar a un texto, más bien lo que hace distinta a la *redacción hipertextual* es el ofrecimiento de una lectura más ágil que requiere de textos concretos y puntuales. Es decir, enfocados en los datos e información esenciales de una nota redactada. Esto ha demandado un ejercicio de confluencia de mis habilidades gramaticales para redactar enunciados sintácticamente puntuales, donde los aspectos retóricos y estilísticos tienen que ser muy precisos, nada ampulosos en la redacción, y donde los aspectos técnicos de mis habilidades semiótico-cibernéticas deben mostrar su viabilidad y pertinencia para la confección de la nota, de tal modo que ésta no pierda su naturaleza informativa y muestre su alcance hipertextual como referencia y vínculo en el espacio digital.

En este sentido, el marco problemático de mi informe describe y explica los aportes a las competencias desplegadas en la redacción hipertextual que me han permitido desarrollar profesionalmente mi trabajo de elaboración *hiperdocumental* en la edición digital del *Periódico Correo*. Para tal efecto, me apoyo en imágenes que permiten ilustrar el desarrollo de mis labores de edición.

Dentro de la edición hipertextual dentro del *Periódico Correo* es importante considerar la necesidad de satisfacer una masiva demanda de información de millones de usuarios que consumen internet y que conviven diariamente con miles de medios y formas de comunicación. Frente a esto, es importante considerar que para la edición digital no basta con que esté “bien escrito”, sino que además deben considerarse otros aspectos, como lo señala Pablo Boczkowski “de la tinta y el papel a los píxeles y la pantalla” que dan una nueva dimensión a lo escrito (Boczkowski, 2006: 22-23).

Algunos de esos aspectos son: *inmediatez*, *viralidad*¹ y *atractivo*. El primero de ellos considera una edición más apresurada que priorice oraciones simples, directas y que vayan al punto central de la información que se busca compartir. Mientras tanto, la *viralidad* tiene que ver con analizar qué contenidos resultarán más atractivos para los lectores y con ello motivarlos a ingresar

¹ Entiéndase *viral* o contenido viral por la transmisión intencional de contenidos en páginas, blogs o redes sociales que se difunde con gran rapidez, según la definición de la RAE

a la nota. Finalmente, el *atractivo* se refiere a armonizar el contenido a fin de motivar el *Scroll*² para que los usuarios de la página se mantengan más tiempo en la nota del *Periódico Correo*. Por esta razón, la necesidad de utilizar elementos más allá de las palabras se vuelve fundamental en la edición digital.

Además, no basta con ingresar sólo fotografías o videos, sino que el editor web tiene que jerarquizar el contenido, priorizando los elementos multimedia entre el texto para motivar a una mayor permanencia dentro del sitio.

Aunado a ello, la necesidad de incluir elementos de otros sitios (como publicaciones en redes sociales, por ejemplo) favorecen la permanencia en el sitio, ya que mientras el usuario explora los contenidos anexados, permanecerá “en segundo plano” dentro de la página (Quiroz Pacheco, 2014: 282).

Contexto y antecedentes

El vertiginoso desarrollo actual de los medios digitales ha cambiado la manera de redactar y editar la información periodística y ha conducido a la prensa contemporánea al manejo del espacio digital. Esto ha significado una evolución radical en la estructura, organización y comunicación de su actividad informativa. La nueva prensa digital (también llamada *inmigrante* porque transita de lo impreso a lo digital de un periódico o revista, y que denominan la *edición líquida* debido al fluir de la información) ha venido realizando grandes esfuerzos por adaptar y ajustar su clásico lenguaje a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en un modelo de *redacción hipertextual*. Este refiere a un conjunto de informaciones que se pueden organizar en forma de “redes de elementos” que están entrelazados entre sí y que van más allá del propio texto, cuyo propósito es “facilitar escrituras o lecturas no secuenciales de la información”, cuya característica principal no sólo es la lectura, sino la interacción (Álvarez Marcos, 2003: 232; Codina, 2003: 142; Sánchez, 2012: 2-3).

Esta transformación representa un gran reto para el licenciado en Letras Españolas porque esta ligazón de la lengua española con el manejo del lenguaje digital es un uso evolucionado dentro

² Según el Diccionario de Cambridge, se denomina *Scroll* al desplazamiento, generalmente de arriba hacia abajo, de los contenidos que forman una página web, una app, etc. Es también aplicable a los videojuegos, donde puede darse un *scroll* horizontal, vertical o multidireccional.

de su trabajo, lo cual evidencia una necesaria actualización de su perfil en donde las herramientas digitales se conviertan en una parte fundamental de su formación y desarrollo profesional. Esto ya se ha vuelto manifiesto en las áreas laborales donde estamos involucrados donde cada vez exigen una mayor capacitación en tecnologías de la información para un desempeño óptimo de nuestro trabajo.

Por otro lado, la edición es tan sólo una de estas vertientes, pues también se puede ver aplicado en la docencia, donde los contenidos multimedia y las plataformas digitales cada vez se incluyen más en estos ambientes.

Ante ello, la enseñanza y el ejercicio de una redacción tradicional, centrada y reducida a los aspectos sintácticos, ortográficos, retóricos y estilísticos —esenciales para un manejo competente de la lengua española— se ha visto obligada a echar mano de aspectos digitales que cada vez son más necesarios en los ambientes laborales de la edición. Esto incluye creaciones simbólicas o icónicas (como las imágenes, infografías o videos), que ahora se integran en una misma dimensión informativa con igual valor textual, lo cual ha provocado un auténtico cambio y una evolución en el desarrollo de la redacción textual tradicional

Redactar y editar la información periodística, incorporando esa nueva competencia profesional de emplear herramientas y recursos digitales de alta calidad, ha contribuido a perfeccionar la manera expedita y actualizada que ofrece la *información hipertextual* con sus recursos de imágenes y sonido para enriquecer las noticias y potenciar su alcance comunicativo en los espacios interactivos de la información periodística.

En este contexto, los antecedentes de esta experiencia laboral inician con mi incorporación al *Periódico Correo* en 2017 como editor general. En un principio mis funciones se centraron en comprender el proceso de edición de los textos periodísticos y su adaptación digital para la edición web en el portal del periódico. Esta labor me obligó a aprender el uso de las herramientas básicas de trabajo en el área web. La primera de ellas fue familiarizarme con la plataforma Wordpress, un *software gratuito o herramienta de gestión de contenidos* llamada también CMS (Content Management System), cuyo diseño específico está pensado para facilitar la creación y mantenimiento de un *blog* o un sitio web donde se concentran tres componentes fundamentales para la edición: el texto, las palabras clave y las imágenes (ver imagen 1).

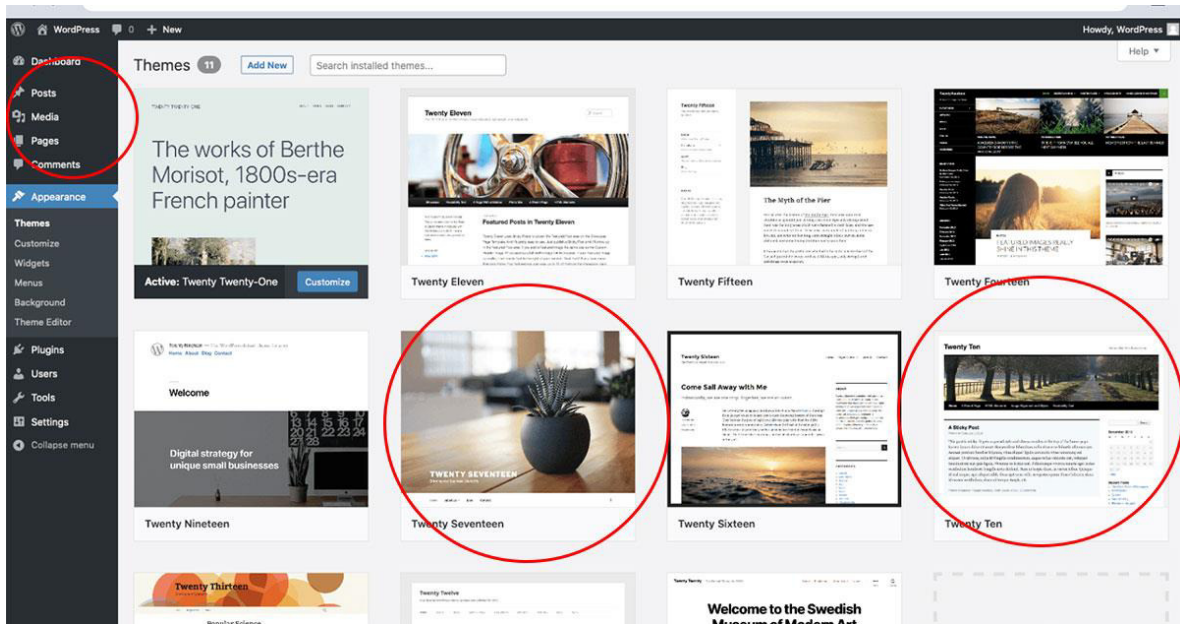


IMAGEN 1

La plataforma de Wordpress permite incluir texto, fotografías, videos, audios, entre otros componentes digitales en una misma publicación

Además de estos aspectos básicos, se incorporan otros en la plataforma como las etiquetas, las palabras clave del texto, los vínculos o enlaces, también denominados *links* (Ver Imagen 2), de referencia al mismo tema dentro de la página y, más recientemente, el uso del SEO para posicionar la página en los portales de búsqueda como Google o Yahoo, debido a que “mejora la visibilidad de las noticias y por tanto aumenta las posibilidades de aparecer en los lugares preferentes de los resultados de búsqueda” (Lopezosa, et.al., 2021: 28).



IMAGEN 2

El SEO (Search Engine Optimization u Optimización en Motores de Búsqueda) es un conjunto de estrategias y técnicas de optimización ejecutadas en una página web para que ésta aparezca orgánicamente en buscadores de Internet como Google, Yahoo o Youtube (ver imagen 3). El SEO también es conocido como *posicionamiento natural*, *posicionamiento orgánico*, *posicionamiento en buscadores*, *posicionamiento web* o, simplemente, *posicionamiento en Google*, *Yahoo* o *Youtube*, de acuerdo a Carlos Lopezosa en su artículo “El SEO en la empresa periodística: percepciones y elementos clave para su adopción en las redacciones” (Richmond, 2008 y Dick, 2011, citados por Lopezosa, et.al., 2021: 27). Su finalidad es mejorar la visibilidad de un sitio web para que aparezca con mejores resultados de búsqueda de *manera orgánica* para determinadas *keywords* o palabras clave o relevantes (previamente estudiadas y seleccionadas) en ese sitio web.

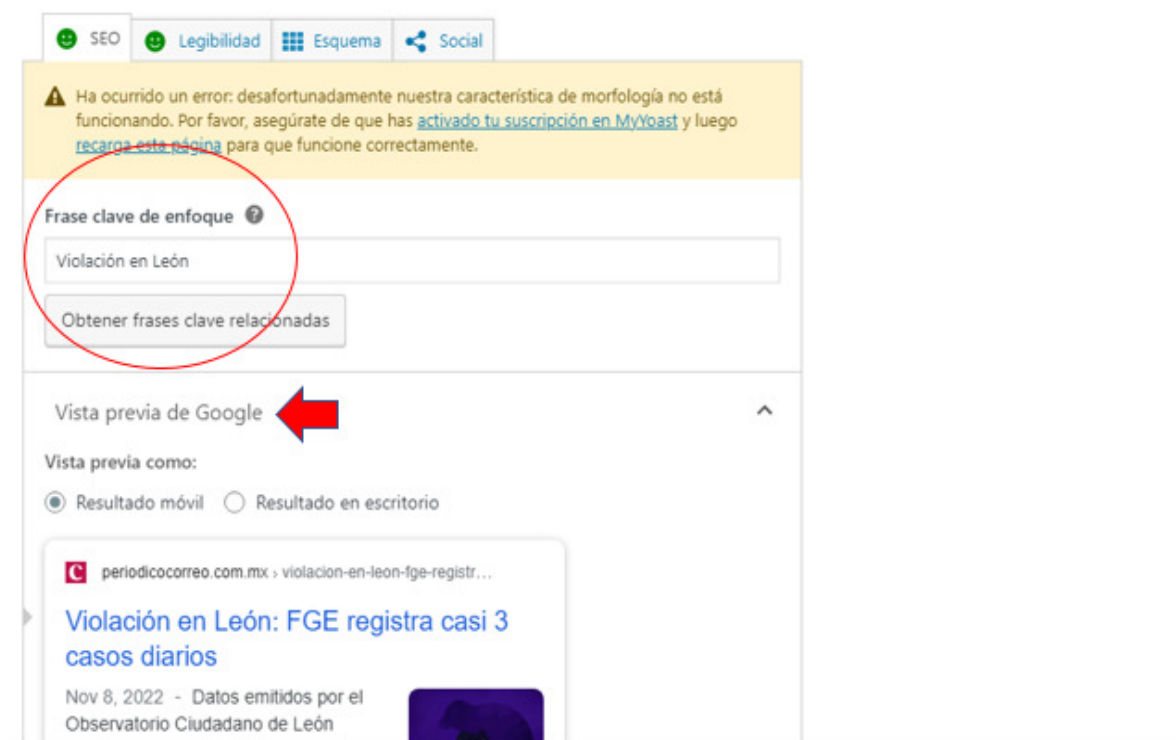


IMAGEN 3

Google es el principal motor de búsqueda al que se adapta el Wordpress en el uso del SEO

Durante el primer año de trabajo, mis labores consistieron únicamente en la recepción y edición de las notas que los reporteros enviaban al *departamento web* del periódico. Esta labor consistía en corregir los aspectos más básicos de los textos de los reporteros como la ortografía y la sintaxis (donde puse en práctica mis habilidades lingüísticas y gramaticales), con el fin de desarrollar

una suerte de “economía textual”, ya que los enunciados del texto debían ser lo más claros y simples posibles para facilitar su lectura. Esto porque los textos demasiado largos no son viables para las funciones de legibilidad exigidas por el SEO. Fue en esta actividad donde puse en práctica tanto mis habilidades lingüísticas y gramaticales, así como mi capacidad de síntesis informativa para lograr la transformación de una efectiva lectura del texto como *documento hipertextual* o *hiperdocumento*.

De acuerdo con Lluís Codina, un hiperdocumento es “un documento digital complejo, formado por un conjunto de elementos no necesariamente homogéneos, dotado de una determinada composición interna y que se puede leer o visualizar de una manera no necesariamente secuencial” (Codina, 2003: 144). Es decir, un *documento hipertextual* organiza y representa una serie de datos e informaciones para crear una narración o nota informativa específica. Está compuesto por *secciones*, también llamadas *nodos* o *lexias*, *enlaces* o uniones entre nodos, y *anclajes* o puntos de inicio y destino de un enlace (Codina, 2003: 145-146). Las *secciones* son las partes constitutivas o unidades básicas del *hiperdocumento*, constituyen la superestructura del *documento hipertextual* y tiene un carácter discrecional, esto significa que no existe o no se sujeta a un formato preestablecido porque se estructura según la manera en que el autor lo elabora y de donde se desprenden sus rasgos estructurales, pues una *sección* o *nodo* en el *hiperdocumento* puede ser un concepto, una idea o frase, un párrafo u otro documento completo y, por esto mismo, contiene o involucra una información mucho más extensa que la de un texto tradicionalmente redactado.

En el caso de los *enlaces* o *uniones* entre *nodos*, tenemos que ellos permiten lecturas secuenciales y no secuenciales en un *hiperdocumento*. Esto se refiere al parámetro de enlace más importante en los *documentos hipertextuales* que es el recorrido secuencial y no secuencial para su exploración y lectura. Para tal efecto, los puntos de inicio y de destino de los enlaces son los *anclajes* representados por nombres o etiquetas que marcan el lugar donde se encuentra la activación de un enlace para posibilitar las decisiones de los lectores sobre cuál de los enlaces debe accionar para llevarlo a la sección buscada o deseada del hiperdocumento.

Al obtener esa claridad y concisión textual, el siguiente paso era establecer un titular para la nota que explicara el tema o asunto principal de la nota. Además, debía incluir un pequeño extracto (no mayor a dos líneas) al principio del texto donde se resumiera el contenido. La inclusión de *links* de referencia al tema de la nota permite al lector navegar durante más tiempo dentro del

portal ampliando el contexto o aspectos más específicos para su lectura. En esta parte del proceso, el aprendizaje que obtuve con la capacitación en el uso del CMS y del SEO me llevó a buscar la manera de combinar y complementar mis competencias gramaticales, literarias y estilísticas de redacción con mi aprendizaje técnico-cibernético en el manejo de los elementos hipertextuales de elaboración de la noticia, los cuales exigieron mostrar mis habilidades semióticas con vistas a definir la estructura de un hiperdocumento en el portal del periódico.

Cuando el texto queda clara y concisamente redactado, se sube a la plataforma Wordpress y se selecciona una foto para ilustrar el contenido de la nota. Aquí se busca adaptar las imágenes a un tamaño específico requerido por la página, por lo que es necesario usar la herramienta Photoshop³ (programa para edición de imágenes desarrollado por Adobe Systems Incorporated) para ajustar adecuadamente las fotografías o ilustraciones al tamaño de la nota como puede verse en la imagen 4, recortando la fotografía para darle el ajuste requerido para ubicarla en el texto. El manejo del Photoshop fue para mí un desafío porque este tipo de *redacción hipertextual* está orientada a manejar y crear imágenes en formato digital, con herramientas como pinceles, lápices, rellenos, formas, textos, relieves o efectos, entre otros.

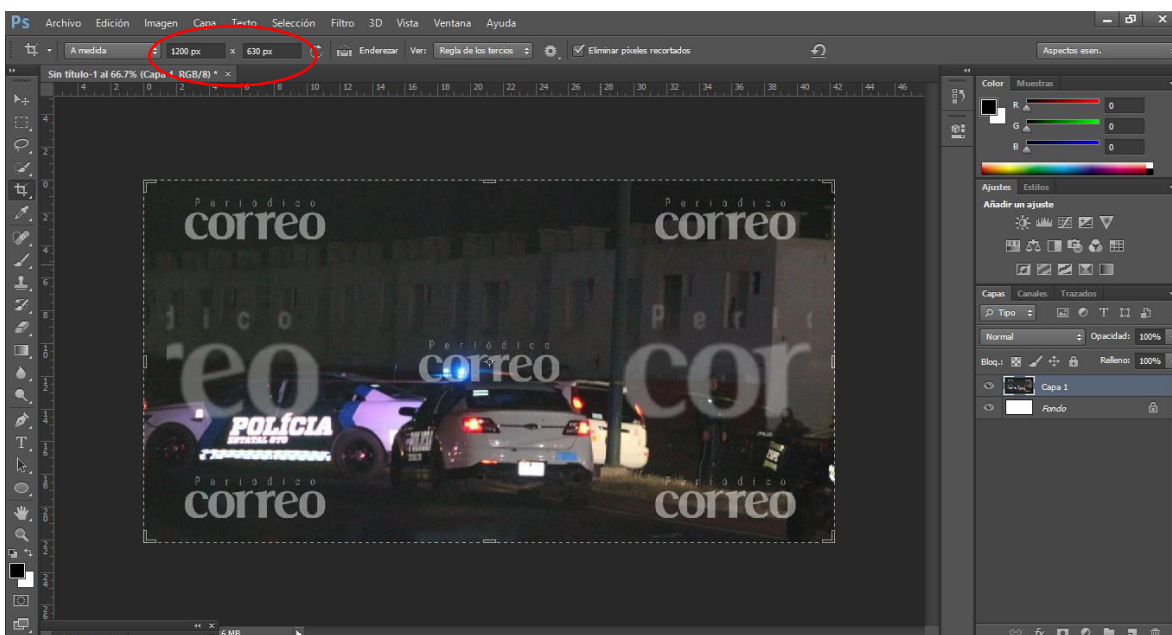


IMAGEN 4

³ Al respecto, es importante mencionar que no es la única herramienta que se utiliza en el manejo de elementos hipertextuales dentro de la edición del *Periódico Correo*, ya que el editor web debe hacerse de más herramientas digitales disponibles en línea que apoyen su trabajo. Tal es el caso de Infogram, Pixlr, Canva, entre otros. Incluso, en la edición nocturna el apoyo del programa InDesign es de mucha utilidad al momento de rescatar información de la edición impresa.

La edición con el uso de Photoshop apoya al editor web para hacer imágenes que puedan ser más dinámicas, para señalar algún elemento importante o bien para proteger los derechos de dominio sobre la fotografía, como es el caso de la marca de agua que se aprecia en esta imagen.

Sin embargo, una dificultad importante de señalar a la que me he enfrentado es, por una parte, cuando los reporteros no envían fotografía alguna sobre sus notas y necesito recurrir a la búsqueda de imágenes temáticas para ilustrar la noticia. Por otra, cuando necesito editar las fotografías que mejoran la ilustración de una nota al dividir las imágenes a la mitad para insertar dos fotografías en una, y así destacar con las herramientas alguno de sus elementos, e inclusive establecer una línea de tiempo que exponga la evolución de la información.

Otro problema al que me enfrenté fue el de cómo realizar una redacción vinculante de los aspectos gramaticales, retóricos y estilísticos con los semióticos y digitales, es decir, cómo la exigencia de una redacción sintética tiene que recurrir al uso de figuras retóricas y modos estilísticos precisos para que el documento en elaboración pueda insertarse adecuadamente en el marco de los requerimientos técnico-cibernéticos de las aplicaciones digitales usadas para tal efecto.

Este tipo de dificultades evidencian la pertinencia de un licenciado en Letras Españolas dentro del periódico para realizar una lectura analítica y una redacción óptima, apoyándose en los componentes gramaticales que conoce. Sin embargo, también presenta la necesidad de conocer los elementos digitales requeridos por la técnica de *redacción hipertextual* mencionada anteriormente, cuya composición y estructura requiere tanto de los nodos, enlaces y anclajes, como de la destreza para manejar de un modo competente el orden y la distribución de las fotografías y videos de apoyo del *documento hipertextual*. Dichas habilidades no son propias de la edición en el periódico, sino que podrían verse aplicadas en revistas digitales, blogs e incluso el nuevo formato de *E-Books* que cada vez son más frecuentes para sus consultas en línea.

Para el caso específico de la edición digital del *Periódico Correo* se necesitan algunas habilidades esenciales como:

- *Conocimiento de las herramientas digitales básicas:* el uso de Word o el propio Wordpress, así como elementos más complejos como programas de edición de fotografía y video. Además, se debe tener un manejo competente en la administración y programación de redes sociales.

- Capacidad tanto para recuperar información de distintos medios, no solo escritos, como para desarrollarlos a su vez en distintos formatos escritos y visuales.
- Manejo mínimo de la fotografía, videos e incluso audios.

Así, una vez que texto e imágenes están listos, se insertan las palabras clave con referencia al tema de la noticia con la finalidad de agrupar las distintas notas en las secciones respectivas del portal, por ejemplo: política, municipios de Guanajuato, seguridad, deportes, etcétera.

Después de esta experiencia inicial de *redacción hipertextual*, y con mi dominio de las herramientas de la edición digital, en 2018 ascendí a un puesto llamado Edición Nocturna, cuya función es adaptar digitalmente la edición impresa del periódico. Para esto, como editor nocturno estuve en contacto directo con los editores y diseñadores del periódico impreso porque era preciso conocer los temas abordados en la edición impresa. Aquí mi trabajo consistió en seleccionar qué notas deben publicarse de una forma más inmediata y cuáles otras deben guardarse. El criterio utilizado para hacer tal selección es que las notas más importantes siempre corresponden a las investigaciones propias del periódico y deben guardarse en lugar de publicarse de forma inmediata, como se hace en el portal digital, y éstas se programan para publicarlas al día siguiente; así que las inmediatamente publicadas dependen del diario acontecer en la sociedad.

Esta nueva labor de seleccionar y preparar el material noticioso que aparecerá al día siguiente en la página principal del periódico, representó para mí una actividad más pragmática porque tuve que leer no sólo el contenido textual de las notas, sino también atender su estructura discursiva para determinar lo que se conoce como la *Portada* la cual refiere a dos elementos básicos.

El primero de ellos es la *nota principal*, o más destacada, dentro de la página web del *Periódico Correo*. Se le reconoce por ser la nota que ocupa mayor espacio dentro del apartado Inicio dentro del portal y es reservada para la nota periodística con el tema de mayor relevancia o interés dentro de la página. Por su parte, el *Top* se refiere a otras cinco notas relevantes que se encuentran justo en el apartado de la Portada y que, de igual manera, se reservan para los temas de mayor importancia (véase la Imagen 5).



IMAGEN 5

Como puede verse en la imagen 5, la labor consiste en establecer una nota principal acompañada de cinco notas secundarias donde su orden de aparición depende de la relevancia de cada una de ellas, razón por la cual al contener información más relevante requieren del apoyo digital con videos, mapas, gráficos interactivos, etcétera. De este modo, para reconocer la estructura jerárquica entre la nota principal y las notas secundarias era necesario analizar, desde su contenido, cuál debería ser su organización concreta para su edición final.

Es importante señalar que este método de trabajo es utilizado por varios periódicos a nivel internacional. Ante la competencia por la difusión de la información cada día se requieren herramientas más sofisticadas que permitan posicionar a los medios entre los motores de búsquedas. Por esto mismo, cabe resaltar que cada portal realiza actividades relacionadas con su Misión y Visión organizacionales. Además, es preciso decir que los sitios se personalizan de acuerdo con el tipo de información que se comparte. Podríamos citar el caso del periódico español *El País*, cuya plataforma mantiene tonos neutros y prioriza la legibilidad en sus textos, así como la calidad

profesional en la fotografía, en tanto es un medio que apuesta más por la crítica y la reflexión. En contraposición, tenemos un medio como *Sopitas* donde resaltan los colores llamativos como el rosa y el amarillo, puesto que es un medio que comparte un contenido más divertido o festivo relacionado con temas de redes sociales o con cuestiones culturales y artísticas. Ahora bien, en el caso del *Periódico Correo*, a la par con su edición impresa, los principales colores utilizados en la página son rojo y blanco; en tanto que el portal prioriza la información del estado de Guanajuato, al reconocerse como un medio local que brinda información de los 46 municipios.

Esta tarea descrita la he desempeñado hasta el día de hoy en un horario de 5 de la tarde a 2 de la mañana. Debo decir que este turno de trabajo me ha permitido conocer el movimiento y las características de los otros turnos de la *edición web* en el periódico y reconocer sus diferencias, además de otras actividades editoriales que se vinculan con la formación profesional de un licenciado en Letras Españolas como, por ejemplo, las labores editoriales de redacción y corrección de pruebas. Estas actividades reclaman la participación de profesionales competentes en la práctica y manejo de las diversas dimensiones de la lengua y del lenguaje. Por este motivo, mi experiencia pretende mostrar la necesidad de perfeccionar las habilidades de la lectura analítica y la capacidad para desarrollar la *redacción hipertextual*, junto al conocimiento de algunos aspectos comerciales y financieros básicos requeridos para realizar un trabajo profesional acorde con esas competencias.

Menciono estos aspectos porque, tras la pandemia desatada en 2020, la economía del *Periódico Correo* se vio afectada, en gran medida, por la falta de patrocinadores y de personal. Ante esta situación, la empresa decidió implementar cambios en su portal digital con la finalidad de hacerlo más eficiente y, sobre todo, generar más ganancia desde la página web. Por tal motivo, los editores del área *web* fueron capacitados para manejar las funciones del SEO con el objetivo de posicionar la página del periódico dentro de los buscadores más solicitados como Google para conseguir más interacciones y, con esto, mayores ganancias económicas.

Para tal efecto, la edición digital dentro de Wordpress tuvo que actualizarse con más elementos que ya no sólo incluían la edición básica del texto, sino una nueva adaptación más específica para posicionarla como una atractiva página de noticias de Guanajuato, apoyada con otras herramientas como el *Título SEO*, una función donde los términos incluidos en una nota

sobresalen en los buscadores mediante el establecimiento de una palabra o *frase clave*⁴ que les permite a los usuarios encontrar fácil e inmediatamente una noticia sobre algún tema que busquen en específico, por ejemplo: “ataque en Salamanca”, “manifestación en Guanajuato”, “presidencia de Salvatierra”, etcétera. Esta palabra o frase clave debe repetirse al menos dos o tres veces dentro del texto para que los buscadores puedan ubicar rápidamente la página cuando el usuario la requiera. Por esta razón, mi tarea como editor *web* es determinar y ubicar la frase clave dentro del texto y adaptarla de la mejor manera para que sea ubicada cuanto antes en la página.

Ahora bien, con el fin de ofrecer una visión general para una mejor comprensión de mi incursión y experiencia en esta actividad periodística, describo a continuación las diferentes etapas del proceso de la *edición web*⁵ que he trabajado estos años en el *Periódico Correo*.

Este proceso inicia con la *administración de la información* donde el coordinador general del área web recibe la planeación del día desde la cual elabora una guía que entrega al editor en jefe para que, a su vez, administre las notas y seleccione cuáles de ellas son prioritarias, cuáles hay que descartar y, finalmente, cuáles deben programarse para el día siguiente; después de haber realizado esto, la siguiente etapa es la *recepción de notas* que el editor en jefe recibe a través del servicio de Telegram, las lee, las administra y las asigna a los diferentes editores *web* del equipo; antes de iniciar la edición, viene la *exploración de la nota*, esto es, el editor *web* realiza una lectura general del texto con la finalidad de saber cuál es su tema.

Habiendo hecho esta lectura, lo siguiente que hace el editor *web* es *elegir la frase clave* de la nota, la cual constituye una importante herramienta para facilitar que la página del periódico se posicione destacadamente en los principales motores de búsqueda como Google o Yahoo. Una vez que el editor ha realizado tanto la lectura general como la elección de la frase clave a utilizar en la nota, la siguiente etapa es el trabajo con los elementos del *SEO* en el editor de *Wordpress*, esto es propiamente el inicio de la *edición digital basada en el SEO*.

Una primera acción en esta etapa del proceso es *elegir el título o cabeza editorial*, titular presentado a los lectores en la correspondiente página del periódico que influye en si les atrae o no leer la nota al ingresar al portal; es lo que aparece visiblemente ante los lectores en la pantalla de

⁴ Estos conceptos se explorarán y definirán más adelante en el informe en el apartado de Resultados

⁵ Para una descripción más sinóptica de este proceso de edición *web*, véase el anexo localizado al final de este informe. En la sección de resultados de este informe ofrezco una explicación más detallada del proceso

sus dispositivos digitales. La siguiente acción en esta etapa es la elaboración de un breve resumen en menos de dos renglones llamado *metadescripción*, donde se sintetiza el tema de la nota con su frase clave. Continúa la *edición del cuerpo de la nota*, uno de los más importantes de este proceso porque integra tanto los elementos textuales de redacción como los elementos cibernéticos para posicionamiento en la *web* y en las redes sociales. La relevancia de este paso radica en que la siguiente fase es la *edición basada en la legibilidad*, esto significa que el texto editado debe poseer un lenguaje lo más claro y conciso posible, el cual es auxiliado por una función de *Wordpress* llamada precisamente *legibilidad*, cuya referencia primordial es el aspecto morfosintáctico del texto. Después de atender la legibilidad del texto redactado, viene el paso digital denominado *edición basada en el SEO* que consiste, primero, en seleccionar la frase clave que le permitirá a la nota posicionarse en los motores de búsqueda como *Google*, y después colocarla al menos tres veces en el texto y al principio de éste. El siguiente paso es la *inclusión de enlaces o links*, con la finalidad de que el contenido de la nota pueda clasificarse y que los motores como *Google* acepten mucho mejor las páginas y publicaciones que ya se encuentran vinculadas desde algún sitio de la *web*, dichos vínculos pueden ser tanto internos como externos.

Para completar esta tarea de integración editorial de la nota, continúa la inclusión de los llamados *elementos multimedia* que son los otros componentes digitales como las imágenes, los videos y los audios insertados por el editor *web*, cruciales para que la nota adquiera una relevancia primordial en los motores de búsqueda. Con el fin de lograr esto, el siguiente paso es la *edición de imágenes*, las cuales deben ser imágenes optimizadas y de alta calidad con las que el editor *web* cuenta y teniendo en mente el tipo de búsqueda realizada en *Google* por los lectores. Debido a esto, la tarea del editor *web* es editar las fotografías de un tamaño específico requerido por las características de la nota utilizando como herramientas el *Photoshop* o el *Pixlr*. Una vez hecho esto, lo siguiente es fijar las *categorías y etiquetas de las notas* publicadas por parte del editor *web*, quien debe clasificar las notas publicadas en una categoría e incluir las etiquetas que son importantes herramientas para el trabajo de edición porque le permiten al editor *web* organizar y ubicar la información que necesita.

Finalmente, la culminación de todo este trabajo es la colocación de las notas editadas en las redes sociales, con la finalidad de atraer y generar el mayor número de visitas a la edición digital del *Periódico Correo* en su página, así como hacer uso de la información y fomentar la lectura hipertextual e interactiva de los lectores de noticias.

Estos antecedentes contextuales describen a grandes rasgos mi experiencia de adaptación y desarrollo de una nueva práctica en la redacción periodística y la *edición hipertextual* que han ampliado y definido personalmente mis competencias profesionales en el manejo experto de la lengua española en el marco técnico de los dispositivos digitales. De hecho, es el modo característico en que actualmente se efectúan las labores de edición en una gran mayoría de periódicos. Por ello, es de destacar que el proceso llevado a cabo en el *Periódico Correo* es novedoso y competitivo al igual que el realizado en otros medios y publicaciones digitales. Asimismo, gracias a esta experiencia laboral, busco evidenciar la necesidad de una inclusión al programa de Letras Españolas que tenga que ver con la edición digital, la cual es cada vez más común y necesaria dentro de la carrera, la cual no se limita al aspecto periodístico.

Justificación

La principal razón que justifica la realización de este informe es reflexionar y mostrar la relevancia profesional de la práctica *hipertextual* en el ámbito periodístico para un licenciado en Letras Españolas. Debido a esto, mi práctica profesional representa un ejercicio novedoso que aporta una perspectiva más actualizada del contexto de conocimientos, así como una práctica profesional más amplia de las Letras Españolas que rebasa con mucho la estrechez laboral que nos restringía a solamente impartir clases en educación básica, media superior o superior, o ser redactores o correctores de estilo.

Mi experiencia laboral en el *Periódico Correo* de Guanajuato presentada en este informe busca evidenciar los desafíos, necesidades, así como los alcances del ejercicio profesional de un licenciado en Letras Españolas al enfrentarse a un manejo especializado de la lengua en el dominio digital con todas sus implicaciones técnicas. Es importante indicar que la puesta en práctica de las habilidades profesionales desarrolladas en la Licenciatura en Letras Españolas, a través de la edición de textos periodísticos, se ha visto enriquecida con esta experiencia de aprendizaje sobre cómo “inmigrar” un texto a su versión digital o, dicho de otro modo, aprender del trabajo que implica y diferencia su *hipertextualidad* de su mera textualidad. Tal como lo define Pablo Boczkowski, son textos que “se han adaptado al uso de los medios digitales” (Boczkowski, 2006).

Por todo esto, mi deseo es dejar constancia acerca de cómo las ofertas laborales de los licenciados en Letras Españolas han ido ampliando y multiplicando sus posibilidades de desarrollo profesional, y mostrar que no es una práctica lejana a la formación de dicha licenciatura, aunque

muchas veces se reduzca sólo a actividades meramente culturales o artísticas, pues en realidad la gama laboral es mucho más amplia de cómo se concibe hasta ahora nuestro campo profesional como es la inclusión a los medios digitales.

En ese sentido, cabe decir que esta nueva práctica de la redacción hipertextual se caracteriza por estar potencializando un manejo más amplio de la lengua española misma, ya que muchos hispanohablantes de otros países, como es el caso de los Estados Unidos, consumen a través de las redes ese tipo de información en noticias y artículos de su interés que permiten mantener un arraigo lingüístico con su cultura de origen. Esto ha significado la integración del periódico a una cultura editorial que efectivamente genera dinero, pero que también incide de manera directa en un fortalecimiento del idioma, porque es claro que el español se constata en los medios digitales. Como lo he mencionado, esta forma de transmisión digital de la información ha reflejado la potencialización de nuestro idioma con la incorporación de los lectores en practicar, analizar, reflexionar, criticar e, incluso, generar nueva información interactuando desde sus lugares en el espacio digital.

Objetivo

Mostrar cómo mi trabajo de editor en el *Periódico Correo* desde 2017 al 2022 ha enriquecido y ampliado mi formación profesional de licenciado en Letras Españolas mediante la práctica de la redacción hipertextual en la edición y adaptación digital de los textos periodísticos para el portal del *Periódico Correo*, todo ello con una reflexión teórica sobre los conceptos fundamentales que estructuran la práctica de la *hipertextualidad* periodística, aunque no sea estrictamente un trabajo de investigación, a fin de constatar tanto la utilidad de los conocimientos adquiridos en la licenciatura como la destreza para afrontar la hipertextualidad, y realizar competitivamente una edición periodística como profesional de la lengua y la literatura.

Marco de referencia

El marco de referencia de este informe de ejercicio profesional es el llamado *periodismo digital*, definido por Ramón Salaverría en su artículo de revisión “Periodismo digital: 25 años de investigación” (2019: 3) como “el periodismo que se practica *en* las redes digitales... *con* tecnologías digitales” y que marca un proceso de cambio no sólo en la transmisión de la información, sino en su consumo por medio de una lectura visualmente más dinámica y exigente de contenidos, derivada

de “la digitalización de periódicos y revistas que ha modificado la manera en que sus lectores leen y se informan en las distintas plataformas digitales de esos medios de comunicación masiva” como así lo sostiene Pablo Boczkowski en su libro “Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online” (2006: 14).

Esta nueva manera de leer está definida por la *hipertextualidad periodística* apoyada por los recursos y herramientas digitales como las galerías de fotos, audios y videos, que han enriquecido, ampliado y potenciado el alcance de la información y su lectura en un espacio interactivo donde el lector es un sujeto que puede saturarse y distraerse con mucha información, pero también “adquiere la facultad para expresar sus opiniones y comentarios sobre los *hiperdocumentos* periodísticos que consume”, tal como lo afirman Luis M. Romero Rodríguez y Diana Rivera Rogel, en su obra “La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas” (2019: 61). Esto nos indica que dicha facultad en un lector está conformada en esa dinámica “zigzagueante”, es decir que no es lineal como la lectura tradicional, que le brinda la oportunidad de moverse entre su lectura de la información y su facultad para realizar aportaciones desde su lectura de los *hiperdocumentos*.

Esta *lectura hipertextual e interactiva* convierte al lector en un emisor, constructor y contribuyente de información en el espacio digital y no en un mero sujeto receptor de información, es decir, la *hipertextualidad* digital le brinda al lector un acceso a la información de manera diacrónica, consultable y en actualización constante por parte del equipo editor del medio digital, constituye lo que sería la “noticia *in crescendo*” como lo describen las investigadoras argentinas Mirta Clara Echevarría y Mónica María Viada en su libro “Periodismo en la web: lenguajes y herramientas de la narrativa digital” (2014: 47). De este modo, se exhibe la naturaleza dinámica de la información en los medios periodísticos digitales, donde los editores a cargo están al pendiente de la actualización informativa con nuevos datos que van ampliando y renovando una noticia.

Bajo esta perspectiva, este informe se enmarca teórico-metodológicamente en la edición de un *hiperdocumento* que deriva de una redacción de la información con un soporte visual, gráfico y sonoro con los siguientes rasgos estructurales, de acuerdo con la caracterización que expone José Álvarez Marcos en su trabajo “El periodismo ante la tecnología hipertextual” que se ha convertido en una importante referencia para definir esos aspectos que precisan al documento digital (Álvarez, 2003: 243), a saber: *multimedialidad*: es la imbricación del texto del periódico con sonido, imágenes en movimiento, botones y cajas de búsqueda; *hipertextualidad*: se refiere a la navegación dentro del hipertexto por medio de enlaces que amplían la información; *interactividad*: define el desarrollo

de un receptor más activo que está en posibilidad de intervenir directamente en la información con comentarios, videos y audios que puede insertar en el espacio digital destinado para ello por el sujeto emisor desde donde opine o refute sobre la narración publicada; *universalidad*: describe cómo la información del periódico digital es accesible en segundos y genera el interés por acontecimientos distantes a su contexto inmediato; e *instantaneidad*: especifica el tiempo en la edición digital de un periódico como instantaneidad acumulativa frente a la actualidad secuencial de su tradicional edición impresa.

Con estos aspectos de un documento digital, la interacción entre los lectores y el *Periódico Correo* se realiza primordialmente a través de redes sociales gracias a los comentarios del lector, al chat de dichas redes, así como por la vía del correo electrónico. De igual manera, el portal ofrece la posibilidad de enviar mensajes anónimos por *Whatsapp* en donde no sólo se reciben comentarios de las notas, sino que también es utilizado para emitir reportes ciudadanos. De esta manera, las personas ya no sólo son lectores pasivos, sino que abonan a la obtención de la información del medio.

Justo por estas características, los *hiperdocumentos* periodísticos han dado lugar al desarrollo de nuevas competencias comunicativas y profesionales en la confección de los medios digitales. Éstas enmarcan mi experiencia profesional como *editor hiperdocumental* en este informe donde describo y explico la necesidad de ampliar el perfil competitivo de un especialista en el manejo del lenguaje y de la lengua como lo es el licenciado en Letras Españolas. Desde esta perspectiva, mi experiencia en la edición de *hipertextos* periodísticos se ha enriquecido con el aprendizaje sobre cómo trasladar un texto tradicionalmente redactado a su versión digital.

Esto ha implicado aprender, desarrollar y ampliar las competencias profesionales del manejo experto de la redacción en lengua española, donde los requisitos principales son que no contenga perífrasis verbales, ni abunden los marcadores discursivos, así como evitar el uso excesivo de aposiciones que lleven a hacer constantes pausas discursivas y entorpezcan la agilidad de la lectura. A fin de cuentas, en la redacción digital no se requiere de información introductoria porque se dirige directamente al asunto importante. Son estas particularidades de la redacción de un documento digital lo que marca la diferencia de su hipertextualidad frente a la mera textualidad de un documento tradicional.

Ahora bien, los *hipertextos* nos proponen identificar, redactar y leer la información como competencias comunicativas desarrolladas mediáticamente para un efectivo uso y desempeño de

los medios y recursos informativos característicos de dichos textos digitales. Es, en este sentido, que la *lectura hipertextual* ha conformado a un lector que ya no es un simple usuario de la información, sino que lo ha convertido en un potencial contribuyente de contenido por su papel de público consumidor e interlocutor activo de los contenidos informativos. Precisamente, este nuevo tipo de intervención y participación comunicativa desarrollada en los medios digitales enmarca, en buena medida, este desafío profesional para cualquier *editor de hiperdocumentos*, e impone una reflexión sobre la necesidad de ampliar el perfil de competencias profesionales de un especialista como el licenciado en Letras Españolas que maneja el lenguaje y la lengua, tal como es el caso de la finalidad de este informe.

METODOLOGÍA

Para describir y explicar los aportes de mi ejercicio laboral como editor a la ampliación y perfeccionamiento de las competencias profesionales de un licenciado en Letras Españolas, en este informe utilizo el enfoque teórico-metodológico propuesto por José Álvarez Marcos en su trabajo “El periodismo ante la tecnología hipertextual” (2003) para delinear y analizar la transferencia o “inmigración” hipertextual de un documento y definir su naturaleza de *hiperdocumento* en el espacio digital, como ya lo he mencionado. Principalmente me enfoco en dos aspectos metódicos: uno, la *descripción narrativa* de mi experiencia laboral a través de los desafíos y dificultades prácticas a que me enfrenté cuando me integré al equipo editorial del *Periódico Correo*, así como las nuevas habilidades aprendidas con el manejo de las herramientas y recursos digitales para la edición periodística hipertextual; y dos, la *explicación reflexiva* sobre la necesidad de perfeccionar las competencias profesionales en el manejo de la lengua española incorporando las habilidades semióticas y cibernéticas desarrolladas sobre la base de las nuevas formas *hipertextuales* de redacción y edición periodísticas. Además, como otra importante base metodológica, me he apoyado en el trabajo de Pablo J. Boczowski “Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online” (2006) donde expone el carácter de los llamados “medios emergentes” en el contexto de lo que denomina “una cultura de la innovación marcada por rasgos reactivos, defensivos y pragmáticos” (2006: 4) que presupone características metodológicas que responden a esos rasgos emergentes de una hipertextualidad pragmática.

RESULTADOS

Como he mencionado antes, el tema central de este informe es mi experiencia en las labores de *hipertextualización o edición periodística digital* de la información en el portal del *Periódico*

Correo, una actividad que ha modernizado las competencias de redacción en el uso y manejo profesional de la lengua española dentro del espacio digital de los medios digitales de comunicación. La característica fundamental de esta moderna redacción como *hipertextualidad periodística* se encuentra en el soporte estructural de sus componentes hipertextuales como son las galerías de fotos, audios y videos para enriquecer, ampliar y potenciar el alcance de la información en el espacio interactivo de los *hiperdocumentos* periodísticos. Esta *redacción hipertextual* brinda un acceso diacrónico y actualizado a la información. Esto es, hace posible que la información periodística sea puesta al día y esté disponible a los lectores en cualquier momento que deseen consultarla. Es así como las tradicionales habilidades de redacción y edición periodísticas (habilidades gramaticales, retóricas y estilísticas) se han visto orilladas a incorporar otro tipo de técnicas y destrezas (habilidades semiótico-cibernéticas especializadas) que requieren de una visión más amplia de la práctica de redacción, integradora de esas habilidades descritas (ver Imagen 6).



IMAGEN 6

En esta imagen se pueden apreciar algunos de los elementos hipertextuales como las gráficas, los links y las redes sociales

LA EDICIÓN DE NOTAS EN EL *PERIÓDICO CORREO*

El proceso para subir o insertar una nota periodística en el portal del *Periódico Correo* no es complicado. Sin embargo, posee una serie de elementos y pasos a seguir muy específicos que, de no cumplirse, inciden negativamente en la promoción dentro de los motores de búsqueda y, por lo tanto, en la distribución de la nota para que pueda llegar a más lectores (ver anexo).

1. LA RECEPCIÓN DE NOTAS

Mi primera labor como *editor web* en el *Periódico Correo* es la recepción de la información. Este proceso de recepción de las notas se lleva a cabo mediante el servicio de mensajería de la aplicación Telegram donde la información se distribuye a través de los distintos equipos de trabajo agrupados en los municipios donde el periódico tiene cobertura como puede observarse en la Imagen 7.

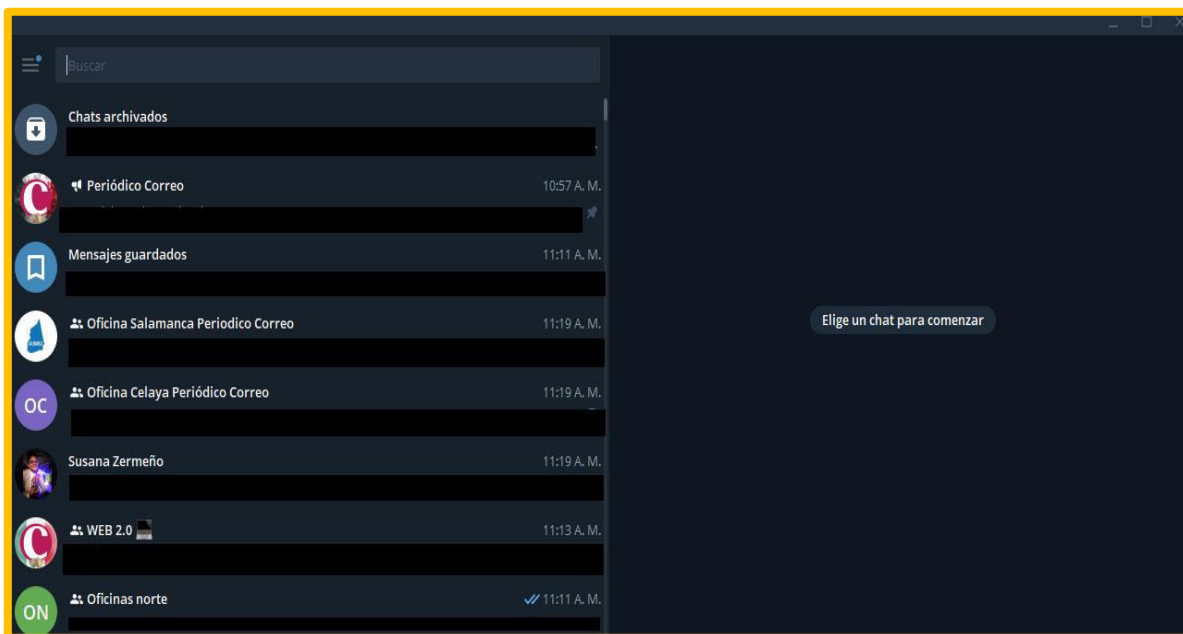


IMAGEN 7

En esta imagen se censura el contenido del Telegram a petición de la empresa para proteger los datos que aparecen en la misma

Para realizar la recepción de las notas en esta etapa, las labores se desarrollan en 3 áreas de trabajo dentro del *departamento web* del *Periódico Correo*, donde existen tres puestos fundamentales:

- 1) **Coordinador General del Área Web:** es el encargado principal del *departamento web* en el periódico y responsable de todos los editores. Su labor consiste en analizar toda la información y determinar las publicaciones del día: seleccionar qué notas son prioritarias, informar cuáles se publican, cuáles se descartan y cuáles se programarán para la edición matutina del día siguiente; además, es el responsable de evaluar y revisar el trabajo de todos los editores con la finalidad de que se cumpla con todos los requisitos exigidos por el

citado Wordpress para valorar si una nota se abordó y redactó de la mejor manera tanto ética, social como profesionalmente.

- 2) **Editor en Jefe de Turno:** es el responsable de administrar todas las notas que llegan vía Telegram con el fin de que ningún texto se pierda, llegué incompleto o desajustado. Una vez recibidos los textos, el *editor en jefe* asigna las notas a los miembros del equipo, así como a él mismo, para que la información comience a fluir. Por otra parte, se hace cargo de administrar los horarios de redes sociales para que las publicaciones no se empalmen, debido a que las plataformas como Facebook, exigen una publicación cada 20 minutos. Por este motivo, se necesitan a lo largo del día dos *editores en jefe*, uno para el turno matutino y otro para el vespertino; su trabajo siempre está supeditado a y depende de las instrucciones transmitidas por el *coordinador general*.
- 3) **Editor General:** su principal labor es la edición de notas durante su turno. Las notas y las especificaciones de cada una de ellas le son asignadas por el *editor jefe en turno* y debe examinar que se cumpla al pie de la letra con todas las características que exige el SEO para el posicionamiento de la nota; así, una vez que la nota está completa y editada, es responsabilidad de este editor hacer público su trabajo en las redes sociales.

A este respecto, debo mencionar que en este Departamento he aprendido a analizar la información de las publicaciones y a manejar algunos de los criterios utilizados para elegir la prioridad, relevancia e importancia de las notas, así como revisar el cumplimiento de los requisitos exigidos por el Wordpress para estimar la mejor forma en que las notas fueron redactadas, atendiendo a los rasgos buscados: éticos, sociales y profesionales.

Cabe decir que he desarrollado un sentido profesional de responsabilidad, cuidado y respeto con los textos porque soy consciente de que el trabajo no es sólo de una persona en lo individual, sino de todo un equipo que se esfuerza por hacer su trabajo con calidad y claridad, así que asumo mi responsabilidad para que todo texto llegue íntegro y sin deformaciones a nuestro equipo de edición.

2. LECTURA DE EXPLORACIÓN Y LA FRASE CLAVE



IMAGEN 8

La frase clave debe colocarse en una herramienta del Wordpress que analiza su distribución en Google

Una de las cosas que más he consolidado como editor en este proceso previo a la edición de un texto es mi capacidad analítica de lectura para identificar y conocer el tema de una nota periodística y elegir su frase clave como un primer paso de la edición de la nota. He podido constatar la relevancia que tiene la *frase clave* como herramienta periodística para facilitar que una nota del periódico publicada y su página se posicionen óptimamente en los motores de búsqueda como Google o Yahoo. Me parece sorprendente que, aunque a veces conste de sólo unas pocas palabras o de una simple palabra (por lo que recibe el nombre de *frase*) tenga el poder o la fuerza para atraer la atención de los lectores. En mi caso, el procedimiento que utilicé como *editor web* para desarrollar la frase clave es plantearme estas dos preguntas fundamentales: “¿Qué tema aborda mi nota?” y “¿cómo buscaría el lector esta información en internet?”, elementos básicos aprendidos dentro de la carrera de Letras Españolas para analizar el tema de un texto.

En esta fase de la edición encontré que para elegir una frase clave existen diferentes procedimientos. Uno es utilizar solamente una palabra clave breve y genérica, derivada o tomada de las palabras más comúnmente buscadas en las plataformas como Google o Yahoo. El problema con éstas es que tienen mucha competencia, es decir, palabras o frases como *Guanajuato* o *Noticias de Guanajuato* son términos muy buscados y usados por muchas personas, aunque habrá un gran número de medios que las utilicen y las optimicen con una mayor inversión económica en sus respectivas plataformas y páginas digitales.

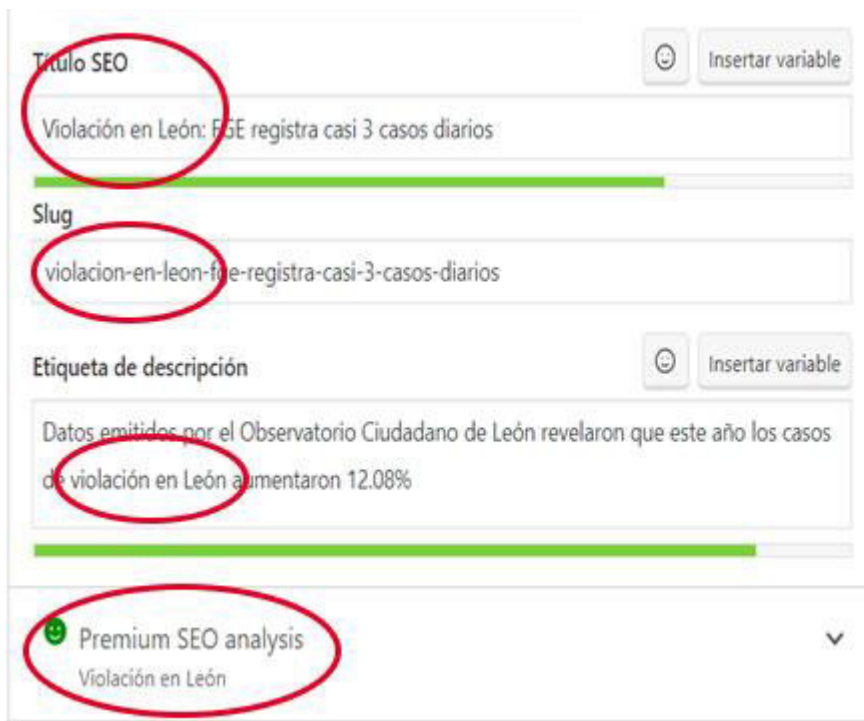


IMAGEN 9

La frase clave debe repetirse en varios elementos del SEO para ser eficaz

Frente a esta situación, el *editor web* tiene la posibilidad de optimizar su frase clave haciéndola más larga y específica. Estas frases clave más largas se denominan *frases clave de cola larga*, las cuales, si bien logran tener menos tráfico en los motores de búsqueda, por lo general tienen un valor de conversión más alto porque se enfocan más en un producto o en un tema específico. Por ejemplo, muchas personas muy probablemente buscarían el término *Guanajuato*, y muchas menos buscarían la *frase clave de cola larga*: “sueldos a policías de Guanajuato”. Sin embargo, existe una probabilidad mucho mayor de que las personas que usan la *frase clave de cola larga* tengan más éxito en su búsqueda, debido a que usaron un término más específico y con una información más precisa y de fácil acceso.

De esta manera, una vez realizada la lectura general como editor y elegida la *frase clave* a utilizar en la nota, me fue posible comenzar a trabajar con los elementos del SEO en el editor de Wordpress como a continuación lo explico.

3. LA CABEZA EDITORIAL O ELECCIÓN DEL TÍTULO

Para elegir el título o *cabeza editorial* que aparece visible a los lectores, uno debe ser muy cuidadoso en su elaboración porque su extensión no debe ser mayor a 13 palabras u 80 caracteres con espacios. Cabe aclarar que la *cabeza editorial* no influye mucho en el aspecto del SEO, pero en tanto es el titular presentado a los lectores en la página, sí influye en su elección de si ingresan o no

a leer la nota. Por esta razón es muy importante optimizarla para lograr un mayor número de lectores en la página.

En lo que va del 2022, FGE registró casi 3 casos diarios de violación en León

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León revelaron que este año los casos de violación en León aumentaron 12.08%

Jazmín Castro

León.- En promedio cada mes la Fiscalía General del Estado (FGE) abre 81 carpetas de investigación por el delito de violación, es decir, se registran 2.7 abusos todos los días.

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León (OCL) revelaron que este año el delito incrementó un 12.08% en comparación con el 2021

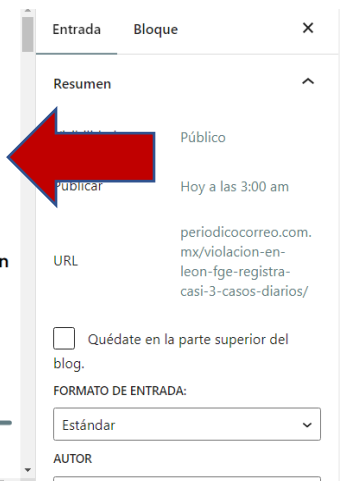


IMAGEN 10

El título es el primer bloque en aparecer en el Wordpress

En ese sentido, he aprendido a tomar en cuenta que la *cabeza editorial* debe ser lo más sencilla y explicativa posible y así evitar cualquier clase de tecnicismos o conceptos especializados que en muchas ocasiones convierten a las notas en textos de lectura intrincada y de difícil comprensión para una gran mayoría de los lectores. Veamos el siguiente ejemplo:

- a) “Fiscalía General del Estado de Guanajuato tiene 81 carpetas por el delito equiparado de violación en el estado de Guanajuato”.
- b) “En lo que va del 2022, FGE registró casi 3 casos diarios de violación en León”.

En el primer caso, es visible que el uso de términos técnicos y la longitud de la oración no está tomando en cuenta al público al que se dirige y puede causar confusión. Mientras que, en el segundo caso, puede observarse un tratamiento más común del tema utilizando palabras más adecuadas en un lenguaje claro para una lectura de rápida comprensión al cambiar el término “Fiscalía General del Estado de Guanajuato” por el de “FGE”, el cual por cierto es un término más buscado en la red.

En esta fase de elección del título de la nota, considero que la labor de un profesional en el manejo y uso especializado de la lengua española, como es el licenciado en Letras Españolas, se ve desafiada por la prueba que supone la pertinencia y la relevancia del uso y selección de aquellos dispositivos retóricos que permiten confeccionar qué estructura retórico-gramatical es la más sencilla y atractiva para que, desde la lectura del titular, los lectores se sientan atraídos por un uso

claro y directo del lenguaje en los encabezados de las notas digitales. A este respecto, debo indicar que los títulos de la edición impresa no son los mismos que los de la edición digital porque en aquella existe la posibilidad de hacer un uso mayor de las aposiciones, cosa que en la digital —como lo he mencionado— no es conveniente porque puede entorpecer la lectura de un titular. Por este motivo, tenemos que —morfológicamente hablando— los títulos de las notas periodísticas en la edición digital requieren estructurarse de una forma específica.

Como vemos, por ser un medio periodístico, una de sus características es el uso de un lenguaje primordialmente denotativo donde la inclusión del SEO y la revisión de los motores de búsqueda juegan un papel fundamental, pues algunas palabras son restringidas o bloqueadas debido a la significación que se les da. Por ejemplo, algunos términos como *sexo*, *bomba* o *asesinado* son muy penalizados en los motores de búsqueda como Google, lo cual exhibe un uso restringido en las búsquedas de los usuarios en la Web, e incluso puede acarrear multas para medios como el propio *Periódico Correo*. Ante esto, la labor del editor web se torna muy cuidadosa al tener que reformular desde palabras individuales hasta oraciones completas para evitar incurrir en alguna penalización. Aquí es donde cobra relevancia, pertinencia y sentido la competencia profesional de un licenciado en Letras Españolas gracias a sus conocimientos de semántica y sus habilidades para definir y seleccionar aquellos sinónimos más adecuados, o incluso eufemismos, para una óptima redacción hipertextual.

Cabe destacar que el lenguaje figurativo se utiliza con más frecuencia en los encabezados de las notas que dentro del texto propiamente dicho. Por esto mismo, no se utiliza en todas las notas, sino que se reserva cuando o bien el tema es delicado en temas de violencia, para evitar las penalizaciones, o cuando los temas requieren un titular más llamativo por su tendencia *viral*⁶ en temas de redes sociales. Algunos ejemplos de esto podría ser el uso de la palabra “*encontronazo*” para referirse a un choque entre dos vehículos, el cual se destaca por la fuerza con que ocurrió el accidente. Otro más sería el término “*motorratones*”, el cual hace referencia a dos ladrones a bordo de una motocicleta. Asimismo, en notas virales puede citarse el caso del titular: “Felipe Calderón ‘echa palomazo’ desde España”, en donde el uso de la palabra “*palomazo*” alude a que el expresidente de México cantó una canción en vivo.

⁶ Dicho término ya se exploró anteriormente en la página 5 de este informe

Ha sido por todas estas consideraciones que considero que la capacidad de un licenciado en Letras Españolas para resumir y sintetizar en una o pocas palabras una idea o un hecho, se ve ampliada y perfeccionada a causa de las propias exigencias de la labor de *edición digital*, en este caso del *Periódico Correo*.

4. EL EXTRACTO O METADESCRIPCIÓN

Justo esa capacidad para elaborar resúmenes y síntesis de la información que he venido mencionando, permite demostrar la destreza para realizar el *extracto* o la *metadescripción* del tema de una nota en un pequeño resumen que se sintetiza en menos de dos renglones. Si lo vemos desde un punto de vista estructural, se maneja el nivel macroestructural de la nota constituido por el título y el extracto, y el nivel microestructural que se refiere a la redacción o composición textual de la *metadescripción*. En esto radica la utilidad de conocer y manejar los principios gramaticales y discursivos para ser capaces de crear contenidos atractivos por su brevedad y rápida lectura como son los extractos de las notas y, de este modo, tener la oportunidad para convencer a los lectores en los motores de búsqueda que la página del *Periódico Correo* sí ofrece la información que buscan a través de la frase clave que ha sido elegida con anticipación por el equipo editor. Para lograr este convencimiento del lector, es importante que la *metadescripción* de la nota se coloque justo después de la *cabeza editorial* a modo de resumen para que sea el primer acceso que tengan los lectores después de leer el título de la nota (ver Imagen 10). Asimismo, debe colocarse en el apartado del SEO para que los motores de búsqueda puedan leerlo y analizarlo.

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León revelaron que este año los casos de violación en León aumentaron 12.08%

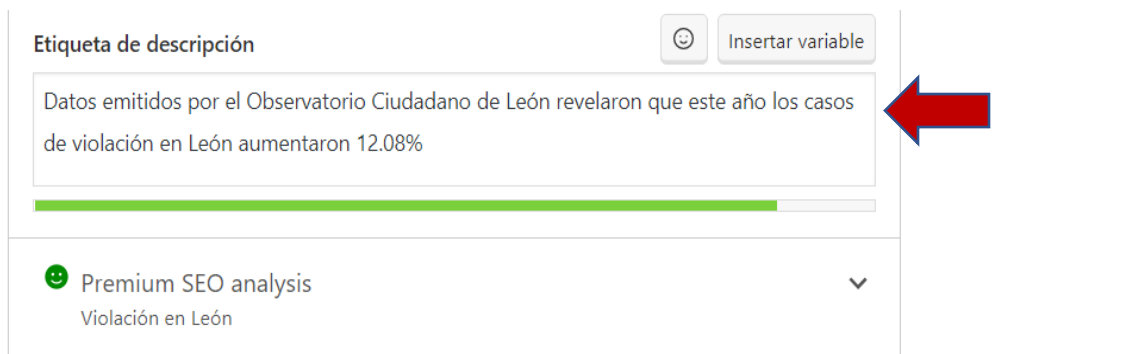
Jazmín Castro

León.- En promedio cada mes la Fiscalía General del Estado (FGE) abre 81 carpetas de investigación por el delito de violación, es decir, se registran 2.7 abusos todos los días.

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León (OCL) revelaron que este año el delito incrementó un 12.08% en comparación con el 2021.

La Fiscalía General del Estado el año pasado contabilizó de enero a septiembre 650 carpetas de investigación





IMÁGENES 10 y 11

Desde una perspectiva técnica, la *metadescripción* es un fragmento textual de hasta 155 caracteres que resume el contenido de una nota. Los motores de búsqueda lo muestran en sus resultados de búsqueda, sobre todo por la frase clave que se encuentra en la *metadescripción*. Por esto, su optimización en la página es crucial para el SEO (ver imagen 11).

Por lo regular, Google muestra la *metadescripción* de una nota por debajo del título de su página en los resultados de búsqueda para brindar la oportunidad de convencer a los lectores de que la página de un motor de búsqueda ofrece la información que están buscando (ver imagen 12).

De esa manera, el principal propósito de la *metadescripción* es que un lector busque un término en Google y haga clic en su enlace; esto es, las *metadescripciones* están ahí para generar el mayor número de clics de una nota o página en los motores de búsqueda.



IMAGEN 12

Cabe destacar que en esta imagen también se puede apreciar la aparición de la frase clave que potencia el SEO y, por lo tanto, el posicionamiento de la página.

Como lo mencioné antes, esta actividad permite mostrar que una de las habilidades de un profesional de Letras Españolas es ser capaz de sintetizar la información de un texto, así como reconocer en su estructura los puntos centrales del texto (palabras e ideas principales) para elaborar de manera concisa la *metadescripción* de una nota periodística.

5. EL CUERPO DE LA NOTA

Desde el punto de vista de la composición textual, el *cuerpo de la nota* es la parte más importante de la edición porque requiere *componentes de legibilidad* para su elaboración. Esto es, elementos estructurales y de contenido a considerar dentro de la edición como son: el tipo de lenguaje a utilizar en el texto, una estructura morfosintáctica clara y el tipo específico de audiencia o lectores que lo leerán.

A este respecto, cuando inicialmente me encargué de elaborar el cuerpo de una nota, partí de la creencia de que esa labor sería una clase de redacción tradicionalmente académica. Es decir, hacer un mero ejercicio de redacción ceñido a las estructuras morfosintácticas y a las reglas gramaticales usadas para desarrollar un texto académico, como un ensayo, por ejemplo.

Sin embargo, me di cuenta de que la tarea periodística, si bien requiere un manejo de la lengua apegado a los cánones estructurales de la academia, la particularidad que demanda la redacción de una nota periodística digital es su legibilidad inmediata para hacerla atractiva a todo tipo de lector y no solamente a un “lector culto”. Con ello, me refiero a que la *redacción digital* dista mucho de la redacción académica en cuanto al uso de un lenguaje más claro, sencillo y directo.

Asimismo, en la redacción digital es necesario el uso de elementos morfosintácticos y semánticos específicos que ayuden a los motores de búsqueda a leer y analizar el contenido con mayor facilidad.

Algunas de estas características son el uso de oraciones activas, evitar la subordinación, así como el uso de tecnicismos complejos para los lectores los cuales, en caso de usarse, deben ser definidos y explicados lo más ampliamente posible.

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León revelaron que este año los casos de violación en León aumentaron 12.08%

Jazmín Castro

León.- En promedio cada mes la Fiscalía General del Estado (FGE) abre 81 carpetas de investigación por el delito de violación, es decir, se registran 2.7 abusos todos los días.

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León (OCL) revelaron que este año el delito incrementó un 12.08% en comparación con el 2021.

La Fiscalía General del Estado el año pasado contabilizó de enero a septiembre 650 carpetas de investigación.



Foto: Especial

f 487,674 Fans ME GUSTA
21,495 Seguidores SEGUIR
34,216 Seguidores SEGUIR
8,340 Suscriptores SUSCRIBIRTE



Lo más destacado

Detienen a Juan Rodolfo Yépez, hermano de El Marro, en Baja California
Seguridad 8 noviembre, 2022



Comunidad de Juan Martín en Celaya lleva más de medio año sin delegado por 'miedo'
Celaya 8 noviembre, 2022



"No se trató de ecocidio", afirma director sobre tala de árboles en la UG
Guangajuato 8 noviembre, 2022



Madres solteras respaldan guarderías nocturnas en León; "nos apoyaría", reconocen
León 8 noviembre, 2022



IMAGEN 13

Nótese en esta imagen el uso de oraciones cortas que van directo al punto central de la información

Mi experiencia en el *Periódico Correo* me ha hecho conocer que los lectores se acercan al contenido de una nota en busca de información inmediata y precisa sobre los hechos noticiosos. Por esto, es importante que el lenguaje utilizado en una a nota sea lo más claro y conciso posible. Para tal efecto, hay una marcada diferencia que la redacción periodística digital plantea frente a la redacción académica consistente en que aquella involucra un apoyo técnico de plataformas, como la ya mencionada Wordpress, que exige estrategias y técnicas para optimizar la redacción de una nota, mientras que la otra requiere sólo de la destreza individual del redactor.

De hecho, la exigida legibilidad en una nota periodística, al usar Wordpress, marca un elemento llamado *legibilidad* que es una puntuación SEO que indica, mediante un algoritmo, cuál es el grado de accesibilidad del texto para los lectores.

Con este auxilio técnico, la redacción de un artículo con SEO demanda que el texto tenga tanto una estructura clara como los puntos a tratar para que su contenido sea uno de los más completos y Google lo valore entre los textos óptimamente mejor estructurados y, de este modo, su información sea de las prioritarias frente a otras al momento de la búsqueda por parte del lector (ver imagen 13 y 14).

Por si no lo viste: [Mayo deja récord histórico de violaciones en Guanajuato: más de 3 casos por día](#)

Pero para ese año los casos se elevaron a 733 casos, es decir, que en promedio se dieron casi tres violaciones todos los días.

León acapara denuncias

El OCL informó que las cifras anteriores son por cada 100 mil habitantes, y en ese sentido, la ciudad de León capta el 21.28% de los casos. Mientras que el resto están distribuidos por el estado de Guanajuato.

En León, los registros también incrementaron en relación de enero a septiembre del año pasado, pues hubo 145 carpetas de investigación y para el 2022, se reportaron 17 casos todos los días, dando un total en nueve meses de 156 violaciones en ese período.

Aunque en el informe no detalló el rango de edad, ni sexo de las víctimas, se resaltó que es un delito que va en incremento.

Te puede interesar: [Homicidas, violadores y terroristas: hay 259 criminales en libertad condicional en Guanajuato](#)

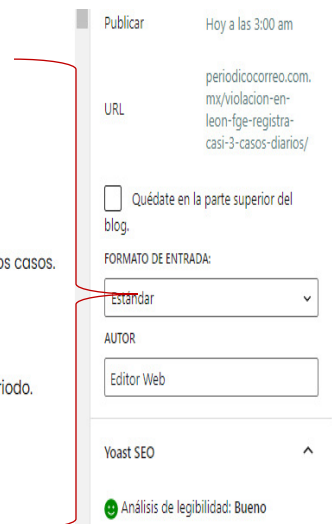


IMAGEN 14

En esta imagen puede notarse como se siguen utilizando frases cortas y directas para presentar la información

Para dar una idea más concreta de cómo he aprendido a realizar este proceso de redacción de una periodística en el *Periódico Correo*, a continuación, describo y explico cada uno de los requisitos necesarios para dicha redacción.

En primer lugar, se requiere un *uso de palabras más simples*, esto se refiere a que la complejidad de las palabras es parte del análisis de legibilidad que efectúa el SEO para asegurar que el contenido de la nota sea fácil de leer porque, en general, los lectores que hacen su lectura en línea tienden a buscar aquella información que pueda ser leída y comprendida fácilmente. Por esta razón, el uso de palabras simples es la manera más conveniente para proporcionar esa lectura de rápida comprensión porque utilizar palabras difíciles aumenta mucho la probabilidad de que un lector se confunda y no entienda la información que ofrece el periódico. Es decir, el empleo del llamado *lenguaje ciudadano* se convierte en una necesidad para el redactor y editor de un periódico que brinda servicios informativos, del mismo modo que en la actualidad un servidor público está obligado a ofrecer claridad en la información que proporciona a la ciudadanía.

Es conveniente mencionar que cuando inicié mi experiencia en el *Periódico Correo*, la gran mayoría de las notas se referían al ámbito político. Esto representó para mí como editor *web* la desafiante tarea de ver cómo sería la redacción de dichas notas para facilitar la lectura de su contenido, porque no se trataba sólo de redactar la nota sin más, era necesario reforzarla con datos contextuales que le ofrecieran al lector la posibilidad de comprender de forma más amplia su

contenido. Por supuesto, esta labor como un egresado de la carrera de Letras Españolas me exigió aplicar los conocimientos sobre *análisis del discurso* para, primero, determinar la macroestructura de la nota con sus elementos contextuales, para después, en un nivel microestructural propiamente dicho, seleccionar un léxico mucho más accesible y sencillo para facilitar la lectura del texto editado y el acceso a sus vínculos temáticos.

En un segundo momento de la redacción, se debe *evitar la voz pasiva* en los enunciados u oraciones del texto. Aquí el análisis de legibilidad del SEO realiza una evaluación de voz pasiva que le permite verificar qué cantidad de oraciones contenidas en el texto de la nota hacen este uso gramatical y si excede de la cantidad máxima recomendada por el SEO.

De acuerdo con los estándares del SEO, el requisito de evitar la voz pasiva tiene su sentido dentro de la redacción porque hace que el texto sea más distante y nuestro mensaje sea menos claro, debido a que la voz pasiva utilizada en una estructura de oraciones requiere de un mayor esfuerzo de comprensión que al final ocasiona que el lector tenga más dificultad para comprender el sentido de la nota. Debo destacar que, en esta fase de la redacción, esta tarea para mí ha sido de las más importantes en lo que se refiere a desarrollar mis conocimientos y habilidades sobre sintaxis para diseñar oraciones activas que faciliten la lectura de una nota.

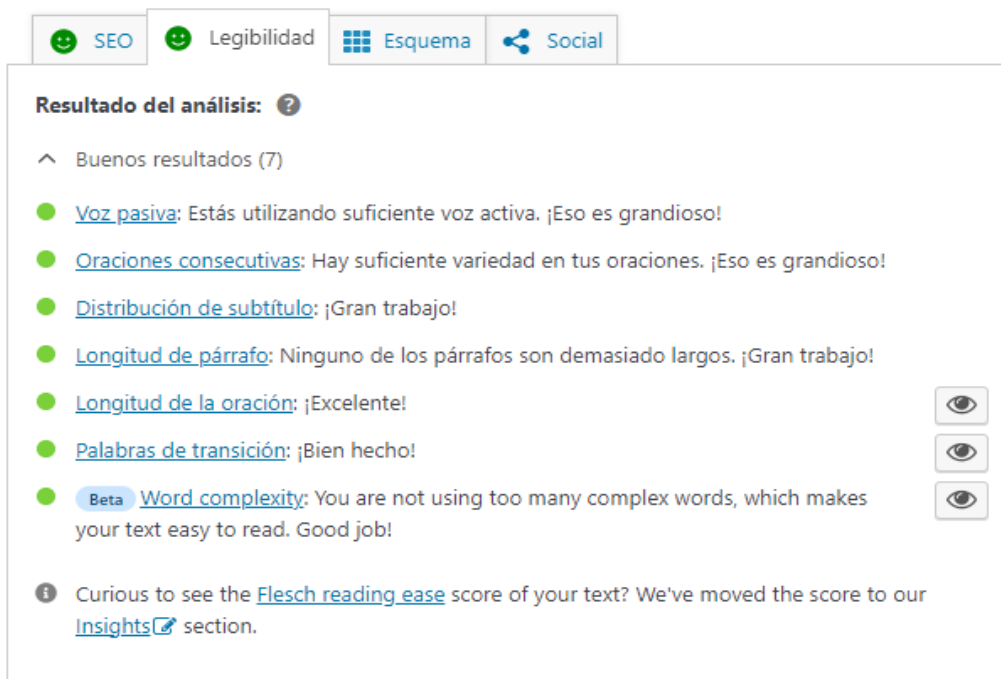


IMAGEN 15

En esta imagen se presentan los parámetros que mide el SEO para una buena legibilidad

En un sentido similar, el tercer momento de la redacción se refiere a *evitar oraciones consecutivas*, para lo cual el SEO utiliza un control de oraciones consecutivas que advierte contra el uso de la misma palabra al comenzar una idea en la redacción, porque, en la mayoría de los casos, usar un mismo término al iniciar las oraciones de un texto conduce a una lectura incómoda y repetitiva para el lector. En mi labor de editor, este requerimiento lo pude cumplir a cabalidad empleando mis conocimientos de semántica adquiridos en la carrera, lo que me ha permitido diseñar y construir enunciados textuales diversos y más variados apoyándome, sobre todo, en el uso de sinónimos, por ejemplo.

La cuarta parte de la redacción está relacionada con el *uso de subtítulos o encabezados* en el texto cuya función es ayudar tanto a los lectores como a los motores de búsqueda a leer y comprender el texto de una manera visualmente expedita. De hecho, sirven como señales que les facilitan a los lectores descubrir cuál es el tema y el contenido más precisos de una publicación o una página. Estos *encabezados* tienen también la función de definir qué partes del contenido de una nota son importantes y mostrar cómo están conectadas todas las partes del texto por medio de los apartados que permiten dar una visión estructural del contenido para una lectura rápida, además de darle a los textos una mayor variedad estructuralmente compositiva (ver imagen 16).

Por si no lo viste: [Mayo deja récord histórico de violaciones en Guanajuato: más de 3 casos por día](#)

Pero para ese año los casos se elevaron a 733 casos, es decir, que en promedio se dieron casi tres violaciones todos los días.

León acapara denuncias



El OCL informó que las cifras anteriores son por cada 100 mil habitantes, y en ese sentido, la ciudad de León capta el 21.28% de los casos. Mientras que el resto están distribuidos por el estado de Guanajuato.

En León, los registros también incrementaron en relación de enero a septiembre del año pasado, pues hubo 145 carpetas de investigación y para el 2022, se reportaron 17 casos todos los días, dando un total en nueve meses de 156 violaciones en ese periodo.

Aunque en el informe no detalló el rango de edad, ni sexo de las víctimas, se resaltó que es un delito que va en incremento.

Te puede interesar: [Homicidas, violadores y terroristas: hay 259 criminales en libertad condicional en Guanajuato](#)

Y es que en su momento la secretaria del Sistema Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública, Sophia Huett López, explicó que con la pandemia este delito había incrementado por diferentes factores, incluyendo el tiempo en casa.

Pues también lamentó que estos hechos también se dieron al interior del hogar, en hechos cometidos por los mismos familiares.

IMAGEN 16

Es indispensable indicar la importancia que tiene para la edición *web* asegurarse de que los *encabezados* sean suficientemente informativos para el lector. Para tal efecto, deben enfocarse en el contenido para que se logre una lectura más fácil y una comprensión efectiva de la nota. A este respecto, hay que señalar que la estructura sintáctica del título es muy importante para que una nota o publicación logre una mejor accesibilidad, en especial, para la optimización del SEO. Por ello, es recomendable insertar, en algunas ocasiones, la *frase clave* dentro del *encabezado* para así potenciar la presencia de la nota en los motores de búsqueda. Esto, en mi experiencia, lo he entendido solamente aplicando mis conocimientos de *análisis del discurso* en la división estructural de la información en el texto de una nota.

Para lograr el propósito de una mejor lectura de una nota, y en quinto lugar, los propios estándares del SEO determinan que la dificultad de lectura por el empleo de oraciones más largas es mucho mayor que la que presenta el *uso de oraciones más cortas*. Por este motivo, la sugerencia del SEO para el editor es evitar el empleo de la subordinación dentro de los textos y, así, evitar una complicación de la lectura e, incluso, impedir que se entorpezca la labor de los motores de búsqueda.

Con el tiempo y la experiencia comprendí que el motor de búsqueda de Google siempre va a priorizar los contenidos que sean de alta calidad, informativos, cómodos para la lectura y fáciles de comprender. Gracias a su algoritmo, este motor tiene la capacidad de detectar cuando un texto editado utiliza oraciones demasiado largas porque son difíciles de procesar y, al momento de detectarlas, suprime el contenido. De aquí la importancia para redactar y editar frases más cortas y directas. Cabe resaltar que, en este punto, mi trabajo ha permitido que mis conocimientos en sintaxis se estén ampliando y perfeccionando mediante la habilidad que he adquirido para establecer oraciones simples y cortas con una carga informativa sucinta que facilite la lectura de las notas.

Aunado a esto, en sexto lugar es importante trabajar sobre la *longitud de los párrafos* del texto de una nota. Para la adecuada redacción de una nota, los párrafos del texto deben ser de un tamaño apropiado a fin de que el texto sea legible y escaneable para los motores de búsqueda. Como ya mencioné antes, en lo referente al rasgo de legibilidad en la redacción, las grandes cantidades o cargas de texto no son muy atractivas para los lectores porque tienden a alejarlos de la página y buscar la misma información en otras páginas, pues en el periodismo digital los usuarios buscan la información rápida y directa de sus temas de interés. Esto se complica con la utilización

de párrafos excesivamente largos en un *hipertexto*, sobre todo porque —como lo señala Álvarez Marcos— se trata de una “escritura no secuencial con enlaces controlados por el lector” (2003: 241) que requiere de un lenguaje que facilite la organización asociativa de la memoria humana a través de palabras o frases directas que funcionen como enlaces o anclajes para mantener cautiva la atención del lector, cosa que no se lograría con un texto redactado donde se usen enunciados o párrafos extensos.

En estos años de trabajo en el *Periódico Correo*, he aprendido que un buen párrafo cuando estoy elaborando una nota, debe proporcionar información sobre un aspecto único y bien definido del tema de la nota. Mi forma de elaborar una nota es comenzar con una oración central o principal que resume el contenido para hacerlo atractivo al lector en una lectura rápida, porque de aquí depende que un lector decida si vale la pena leer la nota completa o acuda a otra página que llene sus expectativas en la búsqueda de esa información. Por ejemplo, si el párrafo de una nota contiene más de 200 palabras, es un párrafo muy largo que difícilmente será leído por el usuario de la página digital del periódico.

La solución como editores a este problema la obtenemos cuando la dividimos en diferentes subpárrafos. Debo decir que, con el apoyo técnico del SEO, la labor de un licenciado en Letras Españolas dentro de este ámbito se ve agilizada gracias a sus conocimientos de sintaxis que permiten realizar una redacción con párrafos más cortos y directos que faciliten la lectura de las notas, y no caer en la tentación de desarrollar textos que, si bien desde una perspectiva académica serían destacados, no son prácticos para una edición digital.

Para finalizar, en la última etapa de redacción está el uso textual de las llamadas *palabras de transición*. Esta denominación es una parte integrante más del SEO que se refiere a los nexos gramaticales como “y”, “pero”, “entonces” y “porque”. Esta clase de palabras ayuda a optimizar la legibilidad del contenido de las notas junto con sus frases y párrafos. Estas palabras ayudan a que el texto adquiera el carácter estructural para una lectura fluida y, a su vez, mostrar con claridad a los lectores la relación visible que existe entre frases y párrafos para una comprensión inmediata de su estructura informativa. Éstas muestran al lector la relación entre frases, oraciones o incluso párrafos, con lo cual se habilita a sus lectores para tener una más fácil comprensión de cómo las ideas se encuentran interconectadas en el texto.

Es preciso decir que la parte de mis conocimientos adquiridos en la carrera y utilizados en esta fase del proceso han sido los conocimientos en morfología que me han permitido aplicar y

manejar con destreza el uso de las categorías gramaticales y reconocer cuáles son los nexos más adecuados para interrelacionar las ideas en la redacción hipertextual de una nota. En la siguiente sección explico cómo esta parte gramatical, morfosintáctica y discursiva se integra con la parte técnico-cibernética de los componentes del SEO para la redacción final y edición de una nota completa.

6. COMPONENTES DEL SEO DENTRO DEL TEXTO

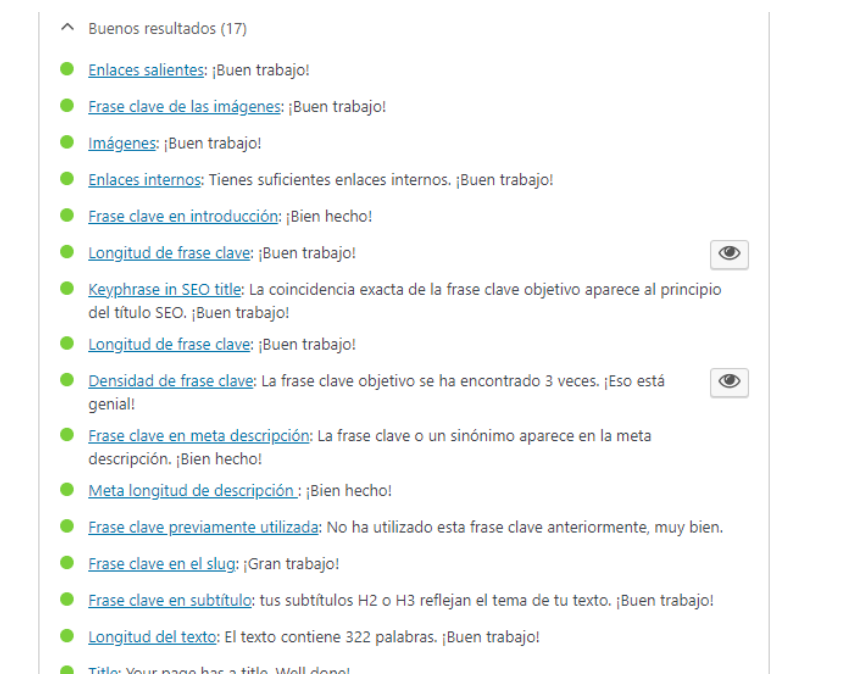


IMAGEN 17

En esta imagen se muestran los parámetros que requiere el SEO para posicionarse

En el proceso de edición digital, como ya lo mencioné páginas arriba, es muy relevante el papel que juega el *uso de la frase clave* como el elemento principal de reconocimiento e identificación de cualquier nota, porque de ella dependen el resto de los componentes del texto de tal nota.

6.1. La frase clave

Es indispensable destacar que la *frase clave* deberá aparecer siempre en el primer párrafo del texto, esto es, el extracto o *meta descripción*, con la finalidad de asegurar que las palabras clave resalten desde el primer momento. Incluir la *frase clave* de enfoque al comienzo del texto ayuda a los motores de búsqueda para posicionar la nota o publicación mediante su tema. En este mismo

sentido, es importante que la *frase clave* de la nota aparezca dentro del texto al menos en tres ocasiones, ya que el SEO posee un componente técnico de reconocimiento denominado *densidad de la frase clave*, la cual habilita para que un motor como Google busque hacer coincidir la consulta de búsqueda de un usuario con las páginas *web* que mejor se ajusten a la información de su interés. Para lograr la coincidencia de las páginas *web* en una consulta, Google necesita comprender cuál es el tema de la página *web* para identificarla. Por esto, es muy importante seleccionar una buena *frase clave* y su distribución a lo largo del texto de la publicación o de la nota.

Sin embargo, si la *frase clave* se repite muy a menudo, esto se vuelve desagradable para los lectores e incluso afectará la *legibilidad* de la nota. Para no incurrir en esto, una de mis labores como *editor web* ha sido ubicar con destreza la *frase clave* en el texto de forma orgánica y, sobre todo, coherente para que se vea como un elemento crucial de la nota y no un mero agregado para cumplir con el requerimiento de edición del SEO (ver imagen 18).

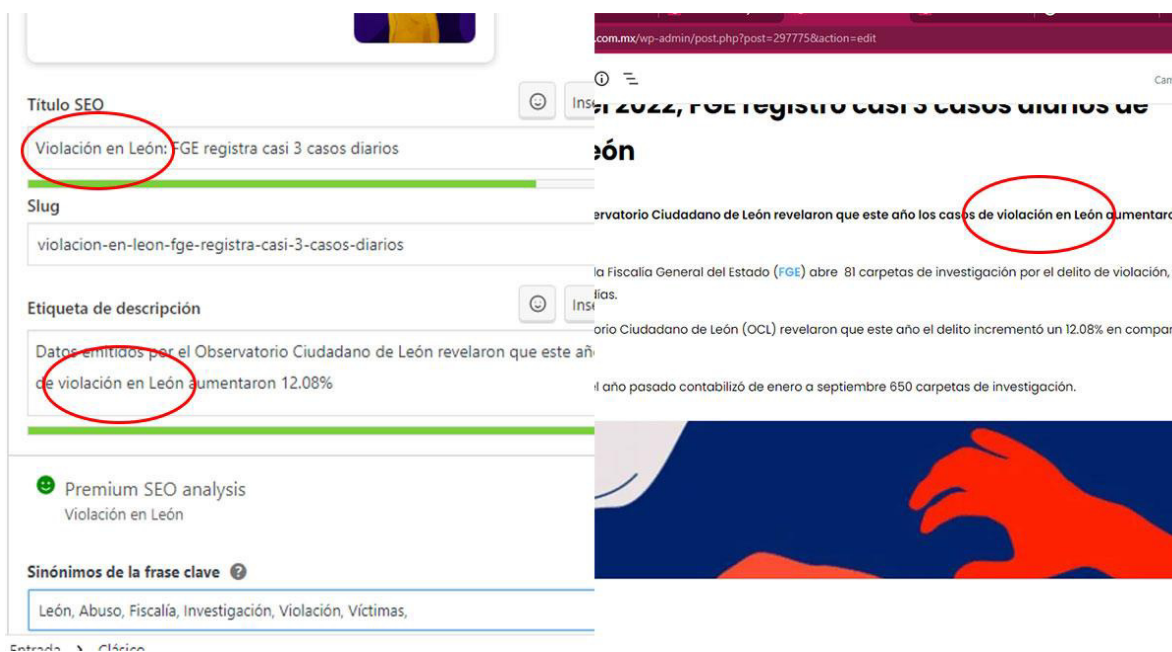


IMAGEN 18

Si se tiene una alta *densidad de frases clave*, *Google* interpreta esto como un simple llenado de palabras clave en el texto, acción que también se conoce como *sobreoptimización*, es decir, usar técnicas dirigidas solamente a posicionar palabras o frases en los motores de búsqueda perjudicando la calidad del sitio y olvidándose del lector. Como he dicho antes, a *Google* le interesa mostrar a los usuarios el mejor resultado de las publicaciones editadas sobre un tema, tanto en

relevancia como en legibilidad. Así, si una nota no cuenta con eso, su clasificación se ve afectada negativamente.

6.2. Los enlaces

Las siguientes partes del proceso de vinculación e inserción técnica en la edición digital de una nota son los *enlaces internos y externos* de la publicación. Para que el contenido de una nota pueda clasificarse fielmente requiere de enlaces o vínculos hipertextuales que le permitan ser identificada por los motores de búsqueda como *Google* cuando la nota esté definitivamente editada y pueda ser posicionada entre las mejores publicaciones y páginas de la *web* por estar vinculada desde la página del *Periódico Correo*.

Foto: Especial

Por si no lo viste: Mayo deja récord histórico de violaciones en Guanajuato: más de 3 casos por día

Pero para ese año los casos se elevaron a 733 casos, es decir, que en promedio se dieron casi tres violaciones todos los días.

León acapara denuncias

El OCL informó que las cifras anteriores son por cada 100 mil habitantes, y en ese sentido, la ciudad de León capta el 21.28% de los casos. Mientras que el resto están distribuidos por el estado de Guanajuato.

En León, los registros también incrementaron en relación de enero a septiembre del año pasado, pues hubo 145 carpetas de investigación y para el 2022, se reportaron 17 casos todos los días, dando un total en nueve meses de 156 violaciones en ese periodo.

Aunque en el informe no detalló el rango de edad, ni sexo de las víctimas, se resaltó que es un delito que va en incremento.

Te puede interesar: Homicidas, violadores y terroristas: hay 259 criminales en libertad condicional en Guanajuato

Y es que en su momento la secretaria del Sistema Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública, Sophia Huett López, explicó que con la pandemia este delito había incrementado por diferentes factores, incluyendo el tiempo en casa.

Pues también lamentó que estos hechos también se dieron al interior del hogar, en hechos cometidos por los mismos familiares.

IMAGEN 19

En el caso del portal del *Periódico Correo*, los *enlaces internos* son *links* o vínculos de la propia página que aparecen en medio del texto ya sea para redirigir la atención del lector hacia otros temas que podrían ser de su interés o que le brinden contexto a la nota, o para que le den a *Google* una idea de la estructura del sitio *web* del periódico. Es claro que los lectores usan los enlaces para navegar a través del sitio y encontrar el contenido que desean; de modo similar, los motores de búsqueda también utilizan los enlaces para navegar dentro de su propio sitio. Ya es una parte imprescindible de nuestra cultura como usuarios digitales: si no vemos una página que no cuente con enlaces reduce nuestro interés para acceder a ella. Por esto, es importante que el editor

optimice las notas y publicaciones con la inserción y uso de los enlaces. Así cuantos más enlaces internos posea una página, parecerá más importante a los motores de búsqueda porque los buenos enlaces internos son cruciales para el SEO.

Por otra parte, tenemos también los llamados *enlaces salientes* o *links* que redirigen a los usuarios hacia otras páginas ajenas a las que están visitando. En mi caso como editor *web* debo elegir aquellos enlaces que sean relevantes para los visitantes del periódico y, sobre todo, que estén relacionados claramente con el tema de la nota que se consulte. Un buen ejemplo ha sido la inclusión de los *links* de páginas de las instituciones que tengan el foco de atención informativa de la nota como serían: FGE (Fiscalía General del Estado), INE (Instituto Nacional Electoral), UG Universidad de Guanajuato, etcétera (ver imagen 20).

En lo que va del 2022, FGE registró casi 3 casos diarios de violación en León

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León revelaron que este año los casos de violación en León aumentaron 12.08%

Jazmín Castro

León.- En promedio cada mes la Fiscalía General del Estado (FGE) abre 81 carpetas de investigación por el delito de violación, es decir registran 2.7 abusos todos los días.

Datos emitidos por el Observatorio Ciudadano de León (OCL) revelaron que este año el delito incrementó un 12.08% en comparación con 2021.

La Fiscalía General del Estado el año pasado contabilizó de enero a septiembre 650 carpetas de investigación.

IMAGEN 20

6.3. Elementos multimedia

Otro de los elementos técnicos cruciales en la redacción hipertextual de una nota y que le da presencia relevante en los motores de búsqueda es la inclusión de los *elementos multimedia*, como son las imágenes, los videos y los audios. Estas herramientas cibernéticas incrementan el atractivo instrumental de una nota, además que le permiten a Google identificar aquellas páginas que contienen elementos atractivos que facilitan la búsqueda de información periodística de los lectores. Para lograr esto, la aplicación SEO en imágenes, videos o audios ha representado una excelente oportunidad para que el *Periódico Correo* gane un buen posicionamiento *web*.

Cuando he editado las notas digitales a mi cargo, estos componentes multimedia los concibo y diseño como la puerta de entrada a la página del periódico porque he entendido que Google y sus algoritmos las rastrean para presentarlas en sus resultados de búsqueda. Con todo esto he aprendido algo que desconocía por ser un aspecto técnico de la *redacción hipertextual*: que tanto las imágenes como los videos ocupan un alto porcentaje del contenido web que más se consume, incluso mucho mayor al de los textos. Por ello, el rendimiento de una página web puede mejorarse considerablemente con una adecuada gestión técnica, tanto a nivel de carga como a nivel de potenciar el posicionamiento SEO de la información de la nota. Así que es importante incluir la *frase clave* en cada uno de los elementos multimedia para que, al momento de guardarlos, el nombre del archivo (JPG para imágenes, MP4 para videos) quede indicado con la *frase clave*.

Para el caso de las imágenes es recomendable insertar una descripción breve donde se detalle lo que exhibe la fotografía y, además, incluir la *frase clave* en ella. Este componente de la edición es conocido como *texto alternativo*, su papel es ayudar a que los motores de búsqueda encuentren de manera concreta la imagen y, por ende, la página.

Cuando las imágenes se usan correctamente, ayudan a que los lectores comprendan mejor el contenido de las notas, como en el caso de las notas del *Periódico Correo*, e ilustren los hechos noticiosos descritos por ellas (ver imágenes 21 y 22).



The screenshot shows a news website interface. At the top, there is a navigation menu with links: INICIO, OPINIÓN, VIDA PÚBLICA, MUNICIPIOS, SEGURIDAD, MARCADOR, and MÁS. On the right side of the menu are social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, and YouTube. Below the menu, there are two social media widgets: one for Twitter showing 34,214 followers and a 'SEGUIR' button, and another for YouTube showing 8,340 subscribers and a 'SUSCRIBIRTE' button. The main content area features a large photograph of a small, single-story building with a red roof and orange walls. The building has a black door and a window with black bars. To the left of the door, there is a colorful mural of a tree and a person. Below the photo, there is a text snippet: "García Villaseñor dejó en claro que el proceso legal corresponde a la **Fiscalía General del Estado**, pero mencionó que al Municipio le corresponde dotar de servicios básicos. Este jueves se reunirá con habitantes para conocer de forma presencial las necesidades." To the right of the main content, there is a section titled "Lo más destacado" (Most highlighted) with three news items: "Detienen a Juan Rodolfo Yépez, hermano de El Marro, en Baja California" (Security, 3 noviembre, 2022), "En lo que va del 2022, FGE registró casi 3 casos diarios de violación en León" (León, 8 noviembre, 2022), and "Comunidad de Juan Martín en Celaya lleva más de medio año sin delegado por 'miedo'" (Celaya, 8 noviembre, 2022).

IMAGEN 21

Las imágenes deben tener un tamaño específico para adaptarse a la página y al texto

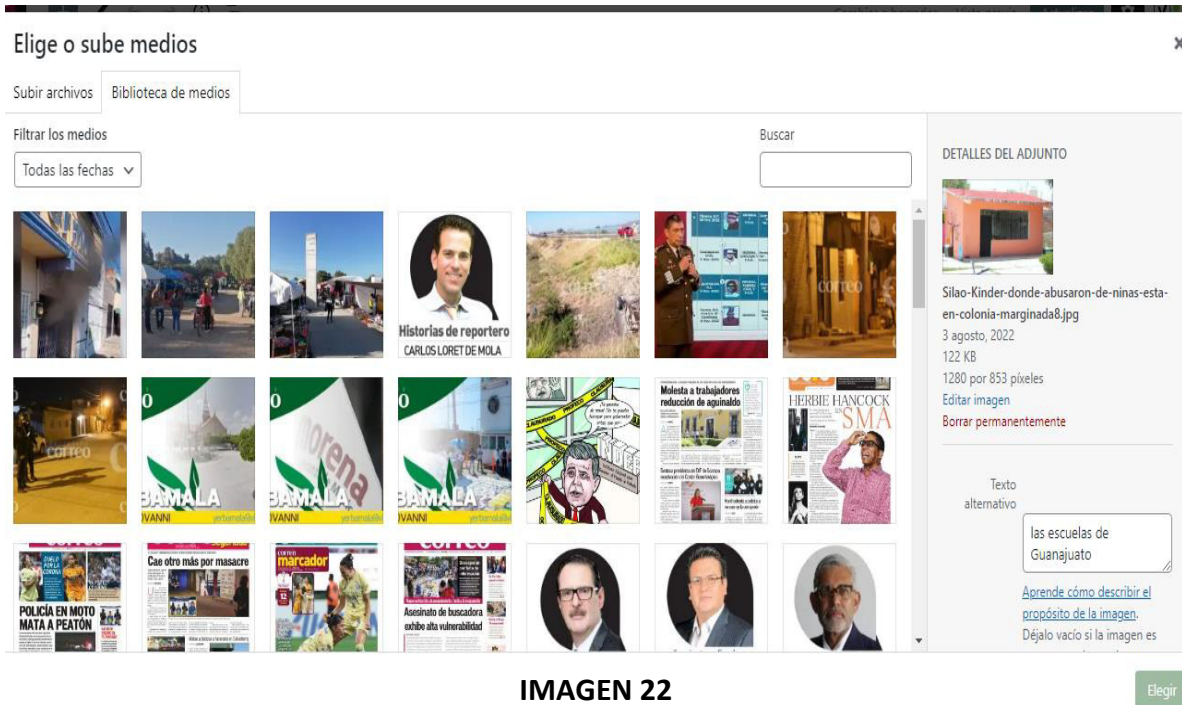


IMAGEN 22

Las imágenes se guardan en un banco de datos del Periódico Correo

Hoy en día es indudable que la búsqueda visual de Google se ha vuelto imprescindible cada vez más y ya no se puede ignorar su permanencia y visibilidad en sus resultados de búsqueda. Esta circunstancia ha obligado, como ya lo he mencionado, a generar imágenes optimizadas y de alta calidad para ser las clasificadas en primer lugar cuando las personas realicen una búsqueda de información en Google. Esta exigencia de una calidad mayor visual de la red para posicionar una publicación o una nota informativa en un lugar preferente de los motores de búsqueda, se ha convertido para mí en una de las tareas que como editor *web* he tenido que ir perfeccionando conforme he adquirido la destreza para editar las fotografías en un tamaño específico, en este caso de 1200 pxs por 630 pxs, para la página del periódico. Esta actividad la he venido realizando con el uso de herramientas como Photoshop o Pixlr en línea (ver imágenes 23 y 24).

En esta fase de apoyo visual de los textos de las notas informativas, es importante destacar que una nota debe incluir como mínimo dos imágenes: una principal que ilustre la noticia, y otra al

interior del texto. El objetivo es que las imágenes sean un recurso de redondeo creativo de una nota o una publicación.

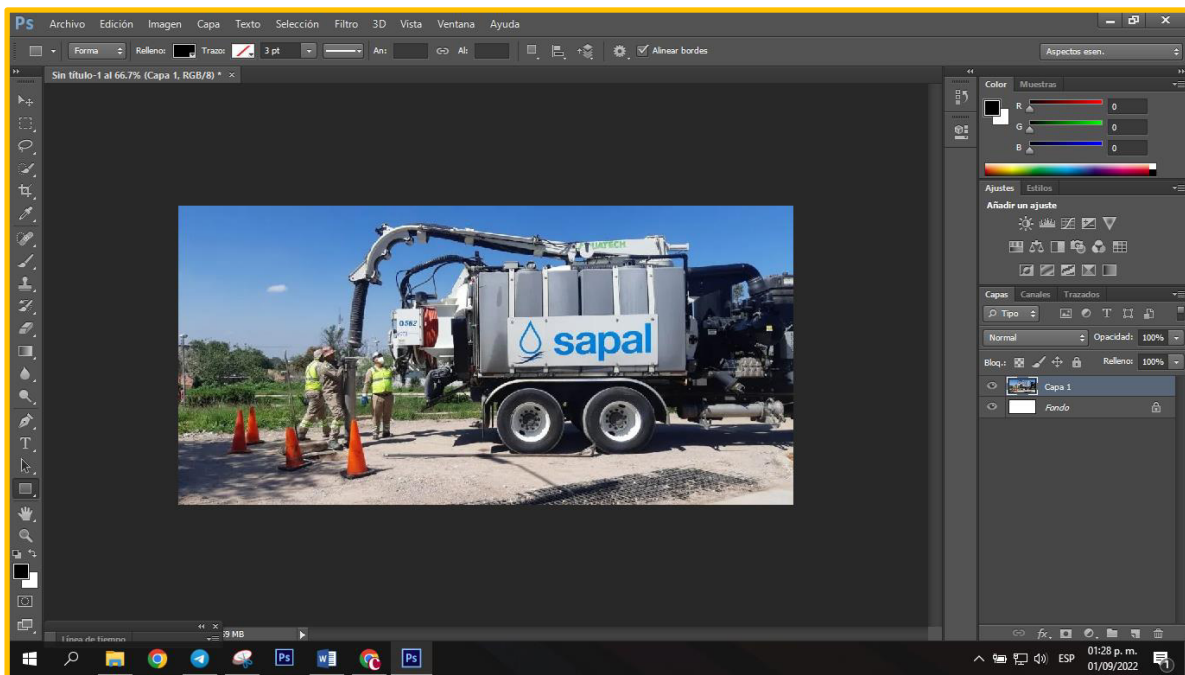


IMAGEN 23

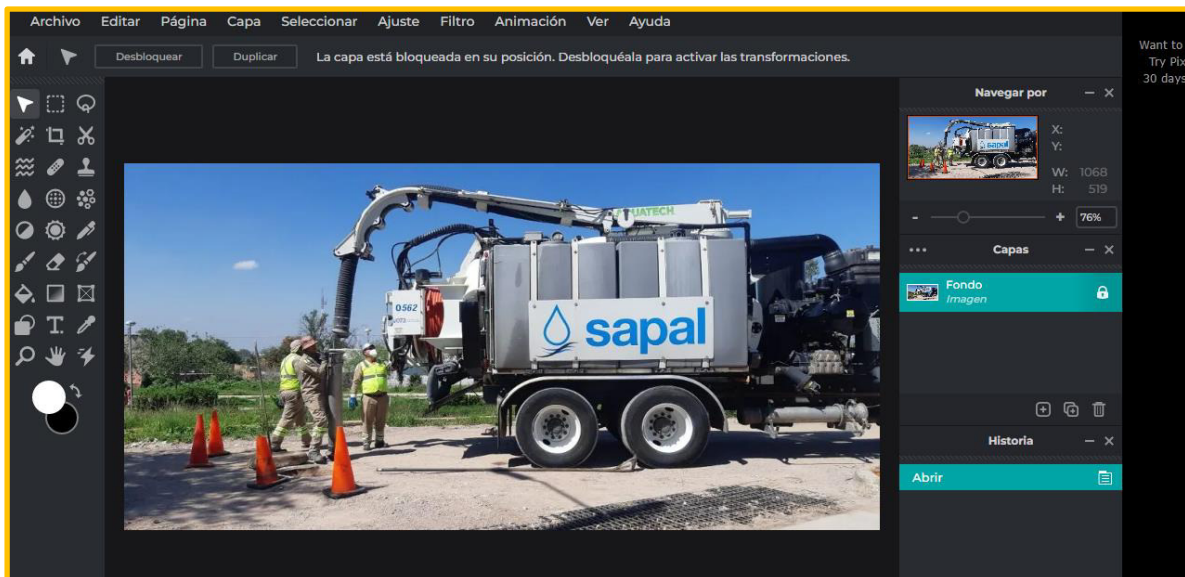


IMAGEN 24

En la imagen 23 se aprecia el uso del Photoshop para recortar la imagen al tamaño adecuado para el portal del Periódico Correo (1200x630 pixeles), mientras que en la imagen 24 se utiliza la plataforma Pixlr para darle el formato de WEP, más adecuado para subir en línea.

Ahora bien, en caso de que una nota requiera incluir un número mayor de imágenes, lo que se aconseja es utilizar el *formato de galería* a fin de que los lectores puedan verlas en una sola pieza visual (ver imágenes 25 y 26).



IMAGEN 25

Imagen individual dentro de una nota del Periódico Correo

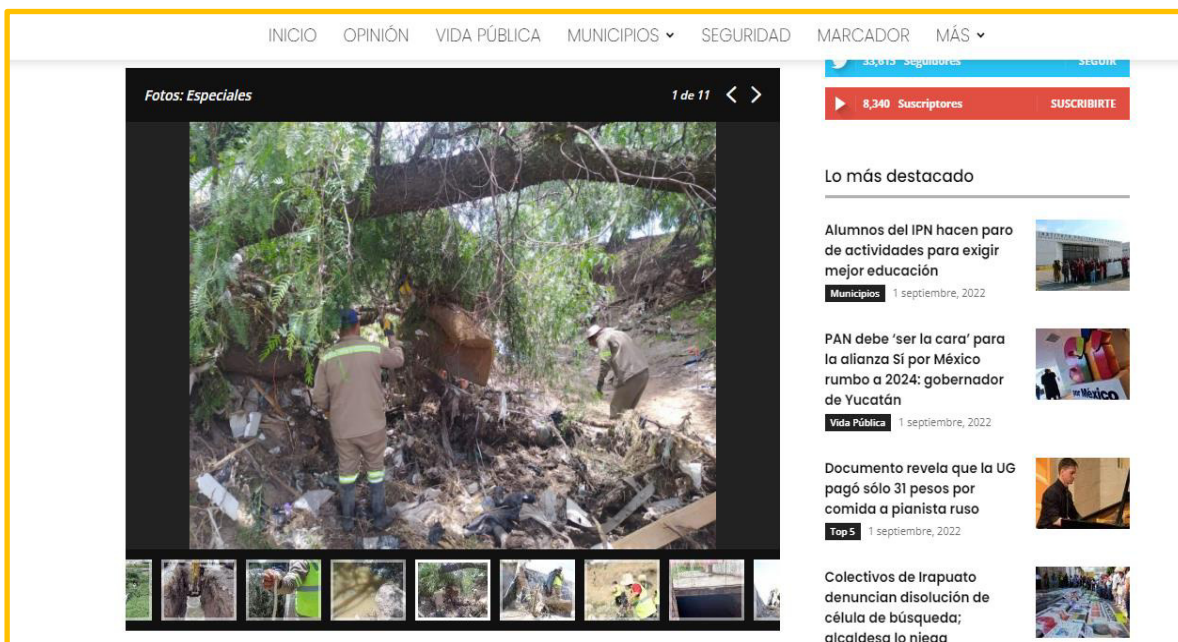


IMAGEN 26

Imágenes unidas en un formato de galería dentro de una nota del Periódico Correo

Para el caso de apoyar una publicación o nota informativa con videos, como editor en el *Departamento Web* he tenido que recurrir a la colaboración de otra sección del *Periódico Correo* conocida como *Área Digital*. Esta área ayuda a la edición de metrajés que apoyan la nota. Como es un área diferente a la mía y de la cual desconozco las particularidades técnicas de su trabajo, no ahondaré en la descripción de sus labores sólo véase la imagen 27 como ejemplo del producto terminado en esa área digital.



IMAGEN 27

7. LAS CATEGORÍAS

Una vez efectuado el proceso de edición de la nota junto con la optimización del SEO y la inclusión de elementos multimedia, la siguiente tarea del *editor web* es incluir la nota dentro de una de las *categorías* ya establecidas por el *Periódico Correo* como municipios y secciones periodísticas, así como ubicarla en alguna de las *etiquetas* que clasifican el contenido de la nota.

Las categorías establecidas por el periódico se refieren a los municipios en donde tiene cobertura periodística como León, Celaya, Guanajuato, etc. Además, dentro de esas categorías existen las secciones del periódico con notas de temas diversos como: *Vida Pública*, *Seguridad*, *Nacional*, *Internacional*, *Ocio*, *Marcador*, y *Viral* (ver imagen 28).



IMAGEN 28

- *Vida Pública*: notas sobre diversos hechos y sucesos en todo el estado de Guanajuato como política, salud, educación, etc.
- *Seguridad*: notas específicas sobre hechos violentos o accidentes en todo el estado de Guanajuato.
- *Nacional*: notas sobre hechos acontecidos en los estados de la República Mexicana.
- *Internacional*: notas acerca de acontecimientos en distintos países del mundo como política, guerra, salud, economía, etc.
- *Ocio*: notas que abordan temas de cultura general y popular.
- *Marcador*: notas que tratan de temas exclusivamente deportivos.
- *Viral*: notas sobre temas que son tendencia en las redes sociales.

Además de estas categorías fijas, existen también dos categorías más: la *Principal* y la *Top*. Ambas son herramientas de actualización de la información, utilizadas para tener al día la página principal del Periódico *Correo* con las notas más importantes del día. Esta actividad le corresponde exclusivamente al Coordinador General del *área web*. No obstante, mi labor como editor *web* ha sido clasificar las notas en edición dentro de las categorías a que pertenecen y así ubicarlas en la sección correspondiente del periódico (ver imagen 29).

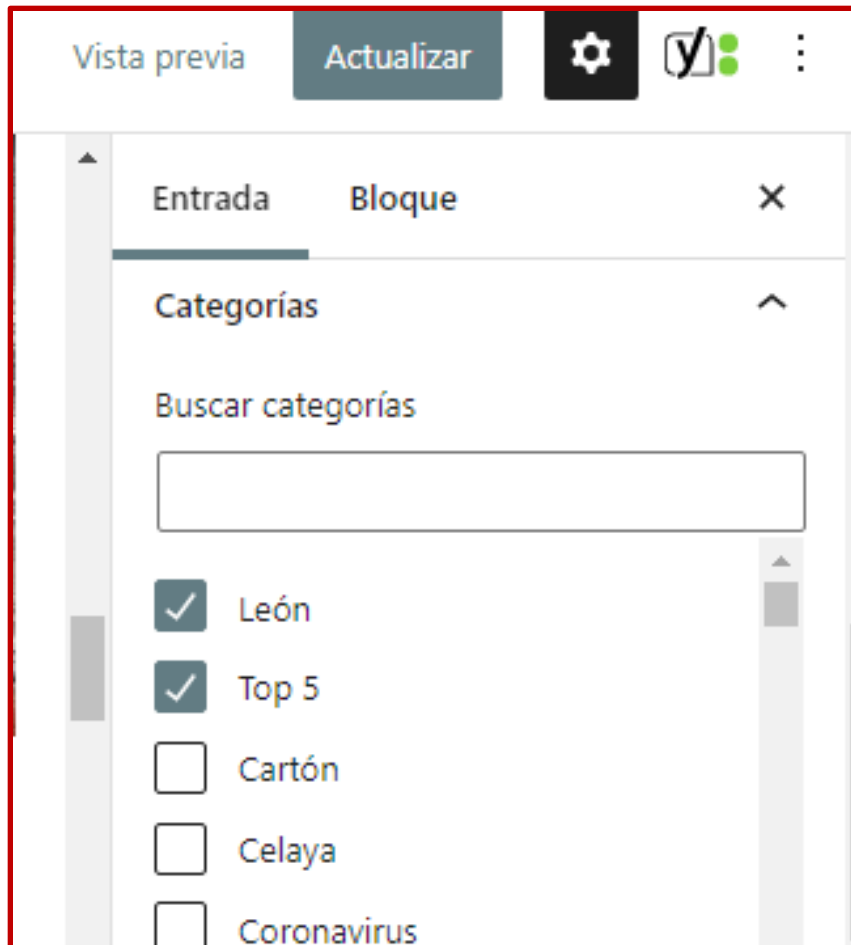


IMAGEN 29

Las categorías deben ser seleccionadas por el editor que trabaja la nota

Finalmente, el editor *web* deberá incluir las etiquetas de la nota que cumplen con una función similar al de las categorías, pues ayudan a clasificar el contenido de las notas.

Las etiquetas no son visibles para los usuarios, son únicamente herramientas para ayudar a los editores *web* a clasificar y ubicar la información que necesitan. De igual manera que las categorías, ya están establecidas por los municipios en donde tiene cobertura el Periódico *Correo*, así como temas generales como son: Salud Pública, Violencia en Guanajuato, Economía de Guanajuato, Educación en Guanajuato, por mencionar algunas (ver imagen 30).



IMAGEN 30

Una vez que el editor *web* cumple con todos los elementos de la edición anteriormente mencionados, podrá publicar su nota y ésta será visible para los usuarios en la página del *Periódico Correo* (ver imagen 31).



IMAGEN 31

Aquí se muestra una captura de una nota terminada con todos sus componentes hipertextuales

8. LAS REDES SOCIALES

La etapa final donde se pone a prueba el producto terminado de la edición digital del *Periódico Correo* es su competencia y difusión a través de las redes sociales. Como es sabido, actualmente las redes sociales son medios imprescindibles para ampliar la difusión de cualquier publicación digital sea un mensaje, una imagen, un video o una nota periodística. Por esto, en el *Periódico Correo* y en muchos otros medios se le ha concedido un lugar exclusivo a las redes sociales como medios de comunicación que contribuyen a incrementar el número de sus lectores y acrecentar la difusión de sus notas informativas, para de esta manera, posicionar la página digital del periódico *Correo* en uno de los mejores lugares entre los motores de búsqueda en la red. Para lograr esto se cuenta con dos elementos necesarios: el *link o vínculo de la nota* y un *texto*.

El *link o vínculo de la nota* tiene la única función de generar un acceso rápido a la nota. Aquí el trabajo como editor *web* en las redes sociales es elaborar un texto breve en el móvil, no mayor de 2 líneas y media o de 107 caracteres, el cual es conocido como *copy*. El *copy* es esa frase corta y atractiva para los usuarios de las redes sociales que los incite a darle *click* al enlace de la nota. Para conseguir esto, es importante no incluir los datos más importantes y no repetir lo que dice la *cabeza editorial*. Además, la importancia del *copy* estriba en ser un texto utilizado con fines publicitarios y comunicativos para atraer lectores hacia la entrada que se comparte (ver Imagen 32).

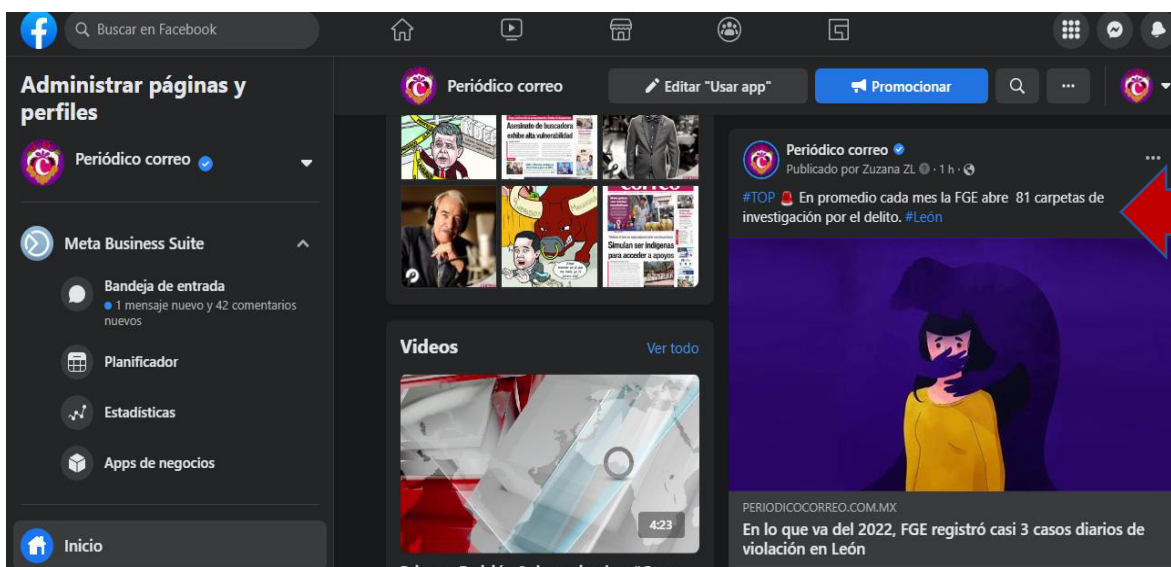


IMAGEN 32

Estructuralmente, cada *copy* cuenta con tres elementos básicos para compartirse en las redes sociales: *hashtags*, *emojis* y *arrobar*.

Los *hashtags* son *palabras claves* similares a las *frases claves* que buscan posicionar una publicación en las redes sociales. Se reconocen por utilizar el símbolo #. En las redes sociales del *Periódico Correo*, los principales *hashtags* utilizados corresponden a los municipios, estados o países a los que se esté refiriendo en la nota, por ejemplo: *#Guanajuato*, *#León*, *#Cuba*, etc.

En el caso de los *emojis* son definidos como dibujos o caricaturas usados en las redes sociales principalmente para expresar una emoción, un estado de ánimo o una idea. Los *emojis* que se utilicen deben estar relacionados con la temática y contenido de las notas, por ejemplo, 🚓 🚔 🚒 para las notas policíacas.

Por su parte, en las redes sociales como Twitter o Facebook, la herramienta *arrobar* es un instrumento que sirve, en el caso del periódico *Correo*, para mencionar alguna figura pública o institución a que se refiere la nota. Funciona principalmente para generar movimientos en las redes sociales y que la nota sea más visible para más usuarios, por ejemplo: *@DiegoSinhue*, *@FGEGuanajuato*, etc.

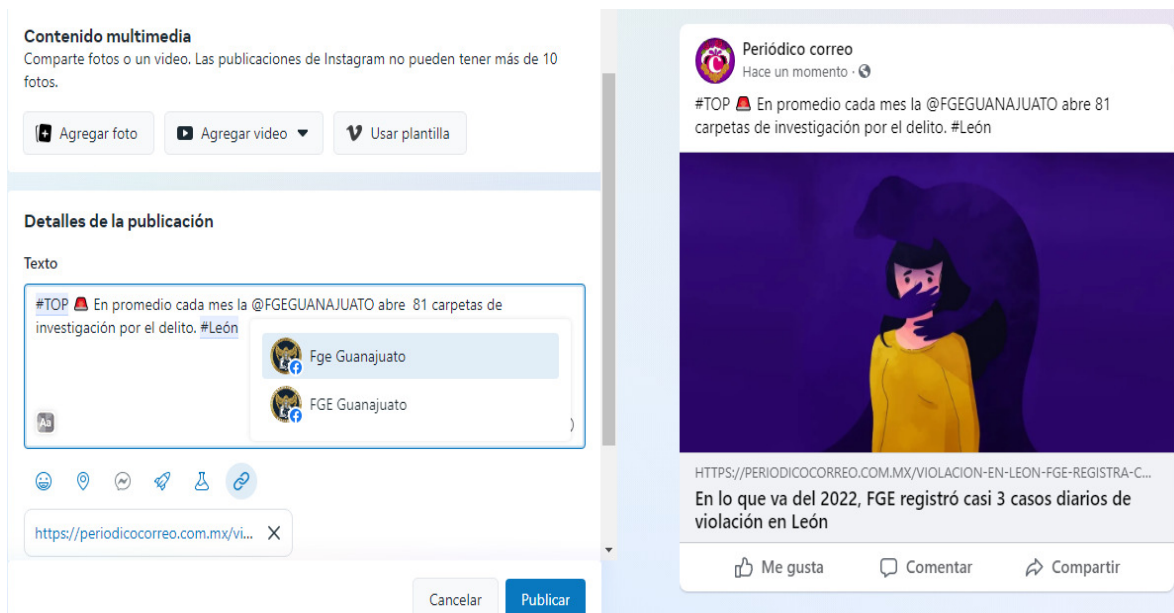


IMAGEN 33

Con esta inserción de una nota hipertextual en las redes sociales, mi trabajo de editor culmina para ser evaluado por mis superiores en el periódico. Debo señalar que todas las enseñanzas, las dificultades, los retos y los resultados que ha proyectado mi experiencia profesional en el *Periódico Correo* han sido consecuencia de poner a prueba mis conocimientos y habilidades especializadas en el manejo de la redacción en lengua española y en el aprendizaje que he obtenido en la edición hipertextual de las notas periodísticas.

Como parte final de estos resultados, y como un ejercicio para identificar las competencias profesionales en distintas publicaciones digitales, me dí a la tarea de investigar los casos de otros egresados de la carrera de Letras Españolas que están desarrollando su trabajo profesional en esos medios digitales. Esto tiene el objetivo de identificar cuáles han sido las dificultades, carencias e innovaciones formativas que han encontrado en su desarrollo dentro de las actividades de redacción y edición hipertextuales. Para ello, expongo tres casos de editores de diversos medios en Guanajuato.

El primer caso es de una editora del periódico *AM* y del medio digital *Caracol en Movimiento*. Para esta editora, la carrera de Letras Españolas podría ofrecer una mejor capacitación en edición, ya que los aspectos que se aprenden en la licenciatura se quedan en conocimientos teóricos y no prácticos dentro de la edición. Además, señala que esta práctica no debe limitarse a la edición escrita, pues considera que el avance en la edición digital es mucho más adecuado a la actual realidad social y tecnológica. Indica que durante su formación universitaria le hubiera gustado aprender el diseño y el análisis de imágenes y su edición, puesto que considera que la nueva edición digital tiene una relación estrecha entre imagen/ texto, por lo que es necesario conocer los detalles de ambos. Enfatiza que, precisamente en las actuales líneas de trabajo, todo se ha vuelto digital y de preferencia se debe considerar y manejar los programas utilizados en la edición, pues incluso de los aspectos de Word o de PDF no se abordan, a pesar de que son herramientas básicas en la edición.

El segundo caso se refiere a un editor del periódico *AM* y del portal digital *Medio Tiempo*. La opinión de este editor es que más allá de las habilidades en escritura que son indiscutiblemente la base fundamental de la edición, debe haber un énfasis importante en el conocimiento de cómo se diseñan y funcionan las plataformas digitales, dado que son esenciales para el trabajo de edición, como lo son las mismas herramientas para la edición de foto y de video, o inclusive el aprovechamiento y uso de las redes sociales como herramientas digitales de apoyo.

Por otra parte, considera que la carrera de Letras Españolas se enfoca particularmente en la creación de contenidos escritos, pero se olvida del nuevo aspecto multimedia que ya es una realidad ineludible. Además, según él, la edición de textos en cualquier formato es algo que pasa desapercibido o se da por sentado porque se piensa que un egresado de carrera es competente de por sí. Por ello, considera que una materia o un grupo de materia dentro de un programa enfocado solamente en el trabajo de edición y edición digital sería fundamental, complementario y deseable en dicha formación profesional. Precisó que debe dársele la formal importancia al trabajo editorial porque es el que engloba gran parte del desarrollo profesional de tales egresados.

Además, recalca que debe tomarse en cuenta el uso de los componentes multimedia como fotos, videos, infografías, redes sociales y demás herramientas, porque muchas veces se dan por hecho (el egresado ya las conoce o las debería conocer) o se dejan en un segundo plano (son vistas como simples aditamentos), pero que son indispensables para el trabajo diario de edición.

Finalmente, el tercer caso es de una editora del periódico *AM, Periódico Correo* y el canal televisivo *TV4*. De acuerdo con su experiencia, afirma que en su formación le hizo falta capacitación en las plataformas digitales usadas en su trabajo diario, como el caso de Google, no solamente en cuestiones técnicas, sino también de redacción específicamente para la web, la cual es muy diferente a la línea académica porque el consumo en plataformas es totalmente distinto. Ella propone que, desde la formación profesional, los planes de estudio deben actualizarse con la inclusión de materias y cursos que apuntalen esta nueva modalidad de redacción. Asegura que, en muchas universidades de nuestro país, los planes de estudios siguen siendo los mismos de hace 10 años y no se contemplan actualizaciones sobre el conocimiento y manejo de la edición y la creación de textos digitales. Por esto, también comenta que debe tomarse en cuenta que estamos en tiempos de mucho cambio y, por lo tanto, la formación profesional en Letras Españolas debe adaptarse al contexto de las nuevas generaciones, y no sólo en universidades, sino en la educación continua de los egresados con nuevos cursos y actualizaciones curriculares en esa dirección.

Es por esto, que con base en mi experiencia y en las antes descritas, considero que una actualización del plan de estudio de la carrera de Letras Españolas es urgente. Tal actualización sería una propuesta curricular que se integrara en la línea de los estudios lingüístico-gramaticales como base, se ampliaran los estudios semióticos y pragmáticos en el contexto de la teoría y el análisis del discurso para insertarlos junto con el conocimiento y manejo de los componentes tecnológicos

específicos de la redacción y edición digitales, a través de materias y cursos con especialistas formados en edición digital.

CONCLUSIONES

Como lo he venido señalando, el desarrollo de nuevas competencias profesionales en la práctica de este tipo especial de redacción hipertextual, me faculta para afirmar que la realidad laboral del ejercicio profesional de un licenciado Letras Españolas está siendo rebasada por las exigencias prácticas que el mundo de los lenguajes digitales requiere, esto es, incorporar y desarrollar destrezas técnico-cibernéticas complementarias en todos los niveles y perfiles del actual ámbito laboral, con vistas a optimizar el desempeño específico y más competitivo del licenciado en Letras Españolas.

En el marco de mi experiencia laboral, la redacción y la edición de información periodística ha incorporado esa competencia profesional del manejo y uso de recursos digitales de alta calidad, auxiliares para perfeccionar la constante actualización de la redacción hipertextual con sus soportes de imágenes, audios y videos, los cuales resaltan las noticias e incrementan su poder de comunicación en la interactividad de las redes sociales en la web.

La enseñanza obtenida en mi labor profesional como editor es la existencia de una imperiosa necesidad de que los nuevos conocimientos y habilidades en la edición periodística digital sean incorporados con urgencia al perfil formativo de los especialistas en el manejo profesional de la lengua española. Con esto, mi conclusión es que, en efecto, esta experiencia laboral ha sido desafiante y novedosa para el desempeño profesional de un licenciado en Letras Españolas y que aporta una perspectiva para ampliar y actualizar de manera imperativa los contenidos de conocimiento y las competencias propias de un profesional de las letras donde se requiere de un manejo especializado de la lengua en el dominio digital con el fin de que la profesión no se quede rezagada en el actual y cambiante entorno social y mundial.

Mi experiencia como redactor y editor en el *Periódico Correo* de Guanajuato muestra la necesidad de aprender y desarrollar nuevas destrezas y técnicas de *redacción hipertextual* que la tecnología digital periodística requiere para realizar la transferencia digital de los textos periodísticos en una clase peculiar de discurso donde son necesarios conocimientos metodológicos y técnicos en esa composición textual en que concurren aspectos lingüístico-gramaticales,

estilísticos, semióticos y virtuales. Ha sido en mi trabajo como editor en el *Periódico Correo* donde he desarrollado mis habilidades para la redacción hipertextual como competencias complementarias a mi perfil profesional de licenciado en Letras Españolas y que considero deben ser incluidas dentro del programa de estudios de la carrera.

La práctica hipertextual modificó substancialmente mi visión de la redacción por el tipo de conocimientos y habilidades que incorporé a mi formación profesional. Conocer, manejar y usar las herramientas y recursos digitales para elaborar los *hiperdocumentos* con una calidad óptima exigida por la lectura digital dinámica e interactiva que ha mostrado una evolución significativa en la forma de transmitir la información y en los modos de consumirla en un ejercicio visual e interactivo que demanda una creciente calidad en sus contenidos.

De ahí que la satisfacción de mi trabajo como editor la encuentre no sólo con la colocación de las notas editadas en las redes sociales, sino en saber que este trabajo logra atraer y generar un gran número de visitas digitales a la página del *Periódico Correo*, y que los lectores hacen uso de la información que he redactado, así como que lean interactivamente las notas hipertextuales que ayude a elaborar.

Finalmente, debo decir que las aportaciones formativas ofrecidas por mi trabajo de *editor hipertextual* muestran una realidad laboral en donde los licenciados en Letras Españolas tenemos una gran oportunidad de incorporación a estos nuevos campos, los cuales requieren un nuevo perfil de preparación orientado a lo digital, lo cual cada vez se vuelve más común y necesario.

Espero que este informe de mi experiencia profesional se convierta en una modesta contribución que ayude a consolidar la línea formativa de edición digital en la Licenciatura en Letras Españolas de la Universidad de Guanajuato y ampliar las miras de quienes todavía le discuten su estatus disciplinario dentro de nuestra área profesional.

REFERENCIAS

- Álvarez Marcos, José, 2003, "El periodismo ante la tecnología hipertextual", en Díaz Noci, Javier y Ramón Salaverría, (coords), *Manual de redacción ciberperiodística*, (pp. 231-260). Barcelona: Ariel Comunicación.
- Boczkowski, Pablo J., 2006, *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*, Buenos Aires: Manantial.
- Codina, Lluís, 2003, "Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación", en Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría (coords), *Manual de redacción ciberperiodística* (pp. 141-194). Barcelona: Ariel Comunicación.
- Echevarría, Mirta Clara y Mónica María Viada, 2014, *Periodismo en la web: Lenguajes y herramientas de la narrativa digital*, Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- Hamada, Juan Pablo, 2013, "Estudios sobre periodismo digital: ejes principales que guiaron el abordaje de la digitalización de las noticias", *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, **57**: 1-20.
- Hinojosa Becerra, Mónica, *et.al.*, 2016, *Los inicios en el periodismo digital*, Madrid: Editorial Académica Española.
- Lopezosa, Carlos, *et. al.*, 2021, "El SEO en la empresa periodística: percepciones y elementos clave para su adopción en las redacciones", *Revista Latina de Comunicación Social*, **79**: 27-45.
- Martín Herrera, Inma, 2005, "Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio", *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, **092**: 24-29.
- Moreno Espinosa, Pastora, 2007, "Opinión y géneros en el periodismo electrónico: redacción y escritura", *Ámbitos*, **16**: 123-149.
- Quiroz Pacheco, Yulvitz Ramón, 2014, "Las redes sociales como herramientas del periodismo digital", *Cultura*, **28**: 279-303.
- Romero-Rodríguez, Luis M. y Diana Rivera-Rogel, 2019, *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas*, México: Pearson.
- Salaverría, Ramón, 2019, "Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión", *El Profesional de la Información*, **28 (1)**, 27 pp.
- Sánchez, María Fernanda, 2012, "Periodismo digital: las nuevas rutinas periodísticas y la construcción de la información", *3ras. Jornadas de Educación Mediada por Tecnología*, 9 pp.

ANEXO

DIAGRAMA DEL PROCESO DE LA EDICIÓN WEB DEL PERIÓDICO CORREO

