

La World Wide Web, hoy paradigma de Internet, nace en los años 90 del siglo XX. Poco después, los medios de comunicación dan el salto al ciberespacio. Desde mediados de siglo se buscan nuevos métodos de ampliar la memoria humana y estructurar el conocimiento, y surge así el hipertexto. De la combinación de ambos factores, uno técnico que permite acceder a audiencias globales y emplear todo tipo de información –el multimedia- y otro conceptual, el hipermedia, surge una nueva forma de estructurar el discurso periodístico. De eso se ocupa este libro: cómo se crea nuevos documentos, textos y discursos en el ciberperiodismo. Diversos autores de prácticamente todas las universidades españolas donde se enseña e investiga el ciberperiodismo, por tanto los académicos hoy por hoy más expertos en la materia, explican en este libro todas las cuestiones relacionadas con la redacción para los nuevos medios, desde los fundamentos del hipertexto y el hipermedia, la nueva teoría de los géneros, hasta aspectos del lenguaje, estilo, retórica y arquitectura de la información, para finalizar con una taxonomía de los géneros ciberperiodísticos. Se trata de un manual que pretende ser útil al estudiante y al profesional de la información que desempeñan sus labores en los medios digitales, de manera que disponga de una herramienta útil pero también de una visión más exploratoria que preceptiva, más práctica que especulativa, un libro pionero que por primera vez ofrece al lector una panorámica completa del estado de la cuestión de esta nueva disciplina.

## ÍNDICE

<b>Introducción</b> , por JAVIER DÍAZ NOCI y RAMÓN SALAVERRÍA .....	15
1. ¿Por qué un manual como éste? .....	15
1.1. Interés académico .....	18
1.2. Interés profesional .....	18
2. Marco histórico .....	19
2.1. Aproximación al hipertexto .....	19
2.2. Del periodismo tradicional al ciberperiodismo .....	22
2.3. La enseñanza del ciberperiodismo en España .....	25
3. El hipertexto periodístico: bases para una teorización. Estado de la cuestión y bibliografía especializada. ....	28
4. Metodología .....	37
5. Hacia una teoría de los géneros ciberperiodísticos .....	39
6. Estructura y contenidos del manual .....	41
Bibliografía .....	44

### PRIMERA PARTE HIPERTEXTO Y REDACCIÓN PERIODÍSTICA

<b>CAPÍTULO 1. Características de la comunicación digital</b> , por ELVIRA GARCÍA DE TORRES y MARÍA JOSÉ POU AMÉRIGO .....	49
1. El nuevo escenario digital: concepto y características .....	49
1.1. La metamorfosis comunicativa: usos y canales .....	52
1.2. La metamorfosis estructural del entorno-red .....	60
2. El mensaje digital .....	69
2.1. Actualización .....	69
2.2. Multimedia .....	72
2.3. Hipertextualidad .....	74
Bibliografía .....	76
<b>CAPÍTULO 2. Hipertexto periodístico: teoría y modelos</b> , por JAVIER DÍAZ NOCI y RAMÓN SALAVERRÍA .....	81
1. La memoria distribuida: hacia la ampliación del conocimiento .....	81
1.1. Algunas teorías clásicas .....	82
1.2. Los ingenios del Renacimiento .....	83
2. Antecedentes teóricos y proyectos pioneros del hipertexto .....	86
2.1. Vannevar Bush: «Cómo debemos pensar» y el Memex .....	86
2.2. La formulación del hipertexto: Engelbart y Nelson .....	87

2.3. Tecnologías digitales e hipertexto: los primeros sistemas . . . . .	89
2.4. Teoría contemporánea del hipertexto . . . . .	94
3. Caracterización del hipertexto periodístico . . . . .	107
3.1. Aspectos teóricos del hipertexto . . . . .	107
3.2. Modelos de escritura hipertextual . . . . .	111
3.3. Hipertextualidad y multimedialidad: hipermedia . . . . .	120
4. Estructuras hipertextuales . . . . .	120
4.1. Estructuras lineales . . . . .	125
4.2. Estructuras paralelas . . . . .	127
4.3. Estructuras arbóreas . . . . .	129
4.4. Estructuras reticulares . . . . .	131
4.5. Estructuras mixtas . . . . .	132
5. Modelos de lectura de la información hipertextual . . . . .	133
5.1. Rastreo . . . . .	133
5.2. Exploración . . . . .	134
5.3. Búsqueda . . . . .	135
5.4. Divagación . . . . .	135
Ejercicios . . . . .	136
Bibliografía . . . . .	137
<b>CAPÍTULO 3. Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación, por</b>	
<b>LLUÍS CODINA . . . . .</b>	<b>141</b>
1. Definiciones . . . . .	141
1.1. Documentos digitales . . . . .	142
1.2. Hiperdocumentos . . . . .	143
2. Composición de un hiperdocumento . . . . .	146
2.1. Secciones . . . . .	146
2.2. Enlaces . . . . .	148
2.3. Anclajes . . . . .	152
3. Propiedades de los hiperdocumentos . . . . .	153
3.1. Grado . . . . .	153
3.2. Estructura . . . . .	155
3.3. Conectividad . . . . .	158
3.4. Autoría/Fuente . . . . .	159
3.5. Metainformación . . . . .	160
4. Calidad en hiperdocumentos: métodos de evaluación . . . . .	162
4.1. Escenarios de aplicación . . . . .	162
4.2. Indicadores procedentes y no procedentes . . . . .	164
4.3. Secciones . . . . .	165
4.4. Lista de parámetros e indicadores de calidad . . . . .	166
4.5. Ejemplos de tablas y procedimientos de evaluación . . . . .	190
Ejercicios . . . . .	193
Bibliografía . . . . .	193
<b>CAPÍTULO 4. Arquitectura y organización de la información, por XOSÉ LÓPEZ,</b>	
<b>MANUEL GAGO y XOSÉ PEREIRA . . . . .</b>	<b>195</b>
1. Arquitectura de la información . . . . .	195
1.1. Introducción a los sistemas de gestión de contenido . . . . .	195
1.2. Creación de los ítem de contenido. Determinación de las unidades mínimas de información en un sistema . . . . .	200

1.3. Adaptación al usuario. Descripción de los mecanismos para la adaptación de la información a un público objetivo . . . . .	207
2. Métodos de recuperación de la información . . . . .	210
2.1. Modelos abiertos . . . . .	211
2.2. Modelos cerrados . . . . .	213
2.3. Modelos guiados . . . . .	213
3. Valor añadido de la información organizada y estructurada . . . . .	215
3.1. Creación del mapa de información . . . . .	215
3.2. Creación de las relaciones de contenido . . . . .	220
3.3. Establecer la profundidad relacional . . . . .	222
3.4. La personalización . . . . .	224
4. Las tendencias actuales . . . . .	226
Ejercicios . . . . .	228
Bibliografía . . . . .	229
<b>Capítulo 5. El periodismo ante la tecnología hipertextual, por JOSÉ ÁLVAREZ MARCOS . . . . .</b>	<b>231</b>
1. La tecnología condiciona el contenido . . . . .	231
1.1. De Altamira a la Web . . . . .	231
1.2. Los primeros soportes digitales: teletexto y videotex . . . . .	233
1.3. La experiencia de <i>Diario Expo 92</i> . . . . .	236
1.4. <i>Mediamorfosis</i> y géneros periodísticos . . . . .	238
1.5. Cómo presentar las noticias . . . . .	240
1.6. Características del discurso digital . . . . .	242
2. El hipertexto liberador . . . . .	246
2.1. Vigencia de la pirámide invertida . . . . .	246
2.2. El periodismo continuo . . . . .	249
2.3. Hipertextualidad y multitextualidad: la pirámide convergente . . . . .	250
2.4. Multimedialidad o multiuso: escribir para todos los medios . . . . .	253
2.5. El proyecto Newsplex . . . . .	255
Ejercicios . . . . .	257
Bibliografía . . . . .	258
<b>CAPÍTULO 6. Medios interactivos: caracterización y contenidos, por JAIME ALONSO y LOURDES MARTÍNEZ . . . . .</b>	<b>261</b>
1. De los medios tradicionales a los medios interactivos . . . . .	261
1.1. Concepto de medio . . . . .	261
1.2. La incorporación de los medios tradicionales a la Red . . . . .	265
2. Nuevos medios: conceptos y rasgos definitorios . . . . .	270
2.1. Los nuevos medios en la Red: conceptualización . . . . .	270
2.2. Características definitorias de los nuevos medios . . . . .	272
3. Principales medios interactivos . . . . .	286
3.1. Diarios digitales . . . . .	287
3.2. Portales . . . . .	291
3.3. Buscadores y directorios . . . . .	294
3.4. Bitácoras o <i>weblogs</i> . . . . .	295
3.5. Redes ciudadanas . . . . .	299
3.6. Comunidades virtuales . . . . .	301
Ejercicios . . . . .	303
Bibliografía . . . . .	304

SEGUNDA PARTE  
LENGUA, ESTILO Y RETÓRICA DEL CIBERPERIODISMO

<b>CAPÍTULO 7. La lengua de los medios en la Red y su interpretación, por FRANCISCO YUS</b> .....	309
1. El español en Internet: el español como 'habitante' de Internet .....	309
1.1. Presencia del español en Internet .....	310
1.2. El español ante la 'anglosajonización' del código .....	311
1.3. Áreas de consolidación del español en Internet .....	312
2. El español en Internet: el español como lengua en evolución .....	314
2.1. La supeditación del español al inglés en el vocabulario informático .....	314
2.2. ¿Adaptar, calcar o copiar? El anglicismo en Internet .....	317
3. El español en el ciberperiodismo: el español como codificador de ideas noticiables .....	324
3.1. Periodismo impreso frente a ciberperiodismo .....	324
3.2. Relevancia de la noticia en el periodismo impreso: pragmática y relevancia .....	331
3.3. Relevancia de la noticia en el ciberperiodismo .....	339
4. El español en el ciberperiodismo: el español como reflejo de la diversidad cultural .....	344
4.1. La noticia en formato digital: ¿transcripción o autonomía? .....	345
4.2. Variedades del español en el ciberperiodismo .....	346
Ejercicios .....	348
Bibliografía .....	349
<b>CAPÍTULO 8. Rasgos y normas del estilo ciberperiodístico, por CONCHA EDO</b> .....	353
1. Características del lenguaje periodístico .....	354
1.1. Lenguaje particular del ciberperiodismo .....	359
1.2. Observaciones gramaticales .....	361
2. El estilo ciberperiodístico .....	363
2.1. El estilo informativo .....	364
2.2. El estilo interpretativo y dialógico .....	366
2.3. El estilo argumentativo .....	369
3. Las fuentes .....	371
3.1. Dificultades y atribución .....	372
3.2. Clasificación de las fuentes .....	373
4. El relato informativo en la Red .....	375
4.1. Estructura textual en la pantalla .....	377
4.2. La redacción y los titulares .....	377
4.3. Los enlaces .....	380
Ejercicios .....	381
Bibliografía .....	382
<b>CAPÍTULO 9. Retórica del hipertexto periodístico, por XOSÉ LÓPEZ</b> .....	385
1. El marco de la estrategia narrativa .....	385
1.1. De ayer a hoy: proyectos hechos realidades .....	387
1.2. Posibilidades creativas e informativas .....	389
1.3. Cómo contamos lo que pasa .....	390

1.4. La eficacia comunicativa .....	391
2. Los efectos de los nuevos cánones .....	393
2.1. El filtro del periodista .....	394
2.2. Los modelos de referencia .....	395
2.3. Los guiños al usuario .....	397
2.4. El mensaje multimedia .....	400
3. Las aportaciones de los periodistas .....	401
3.1. Las claves de la jerarquización .....	403
3.2. En busca de lo claro y sencillo .....	404
4. Las tendencias que advertimos en el horizonte .....	406
4.1. La construcción poliédrica .....	407
4.2. La eficacia del hipertexto .....	409
4.3. Figuras para la persuasión .....	414
5. Conclusiones .....	417
Ejercicios .....	418
Bibliografía .....	421

TERCERA PARTE  
LOS GÉNEROS EN EL CIBERPERIODISMO

<b>CAPÍTULO 10. Géneros informativos: la noticia,</b> por MARÍA TERESA SANDOVAL	425
1. La noticia hipertextual .....	426
1.1. La noticia en el ciberespacio: concepto y naturaleza .....	428
2. Elementos de las noticias .....	429
2.1. Elementos textuales .....	429
2.2. Usos y tipos de enlaces .....	436
2.3. Otros elementos: imágenes, sonido y vídeo .....	439
3. Estructuras discursivas de la noticia hipertextual .....	440
3.1. Modelos de estructuras .....	440
3.2. El guión. Diseño de trayectorias hipertextuales .....	445
3.3. Presentación de las noticias .....	446
Ejercicios .....	447
Bibliografía .....	448
<b>CAPÍTULO 11. Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica,</b> por GUILLERMO LÓPEZ GARCÍA	449
1. Introducción: los géneros interpretativos en el ciberperiodismo .....	449
2. La inclusión del género interpretativo en la teoría de los géneros periodísticos .....	450
3. El reportaje .....	454
3.1. Un género hipertextual .....	454
3.2. La conjunción de aplicaciones multimediáticas en la información .....	462
3.3. Tipología .....	468
4. La crónica .....	474
4.1. Características de la crónica periodística en el entorno digital .....	474
4.2. Tipología .....	479
Ejercicios .....	492
Bibliografía .....	493

<b>CAPÍTULO 12. Géneros dialógicos: la entrevista y otros</b> , por MANUEL LÓPEZ y PAU BOLAÑOS .....	495
1. El concepto de diálogo dentro del ciberperiodismo .....	495
1.1. Los protagonistas del proceso .....	496
1.2. La puesta en escena .....	501
2. Tipología de los géneros dialógicos .....	517
2.1. Entrevista .....	518
2.2. El foro o debate .....	519
2.3. El <i>chat</i> .....	520
2.4. La encuesta .....	521
Ejercicios .....	522
Bibliografía .....	523
<b>CAPÍTULO 13. Los géneros argumentativos</b> , por JOAN FRANCESC CÁNOVAS ...	525
1. Los géneros argumentativos .....	525
2. La argumentación y sus conceptos en Internet: la retórica, la persuasión, la racionalización y la emoción .....	526
3. La rotura de la linealidad argumentativa y sus consecuencias .....	529
4. Debatir en la Red: foros, <i>chats</i> , encuestas .....	531
5. Del género de autor al género participativo .....	534
6. Características propias de los géneros argumentativos en Internet ...	537
7. Cómo transformar un artículo de opinión o editorial para ser incorpo- rado en una edición digital .....	547
8. La dimensión gráfica de la argumentación en Internet .....	548
Ejercicios .....	550
Bibliografía .....	553
<b>CAPÍTULO 14. El relato en la infografía digital</b> , por JOSÉ LUIS VALERO ....	555
1. Qué se entiende por relato y narración .....	555
1.1. Definición de infografía digital .....	556
1.2. Delimitación del campo .....	558
1.3. Géneros informativos visuales .....	559
1.4. Radiografía de la infografía digital .....	561
1.5. Tipología infográfica .....	567
1.6. Características .....	570
1.7. Algunos modelos de infografía digital .....	579
Ejercicios .....	586
Bibliografía .....	588