

Los Códigos Específicos de los Formatos Digitales

Eduardo Román Álvarez
Periodista U. de Chile, Mágister en Comunicación U. de Chile
Académico Universidad de Santiago de Chile

eroman@usach.cl

Resumen: *Las nuevas tecnologías ofrecen una variedad sorprendente de nuevos códigos para los medios digitales, pero la práctica periodística sigue atrapada en formatos propios de los soportes escritos, cuyas estructuras de relato ejercen una hegemonía paralizante sobre los sistemas de expresión emergentes. La incorporación de dichos códigos, sin embargo, no es una atribución arbitraria de los profesionales de las comunicaciones, sino un complejo sistema de interacciones en el cual todos sus participantes desarrollan competencias respecto de los procedimientos de lectura cultural.*

Palabras clave: Periodismo Digital, Hipertexto, Códigos.

Todavía demasiado vigente, el viejo paradigma de la “transmisión de mensajes” en la Teoría de la Comunicación ha sido un obstáculo permanente para el desarrollo de las profesiones y disciplinas complementarias, principalmente porque enfatiza el “contenido” sobre las condicionantes pragmáticas que, en términos más estrictos, determinan el sentido y el valor en cualquier tipo de interacciones.

La práctica periodística es un buen ejemplo de lo anterior, pues no logra salir del espasmo de la pirámide invertida, mientras que los sistemas globales de información asimilan los cambios tecnológicos propios del siglo XXI. En los medios digitales se hace muy evidente este estancamiento, cuando los diarios sencillamente “vuelcan” el contenido de sus impresos en la red, ignorando las características del soporte y el complejo sistema de interacciones, significados y competencias culturales que lo validan.

Cada medio opera con sus propios códigos. Las diversas combinaciones de éstos, asimiladas por los interactuantes en una suerte de contrato semiótico, generan formatos que son validados socialmente y cuyas reglas comunicativas deben ser operadas eficientemente por profesionales, en este caso periodistas, que dominen los sistemas de codificaciones del medio digital.

Ahora bien, si se considera que la articulación específica de los códigos depende de cada formato, en el mismo soporte se pueden construir diversas estructuras de relato. El mensaje sólo forma una parte de un proceso más complejo de comunicación. Las estructuras institucionales del medio, sus mecanismos de producción, sus relaciones de organización y sus infraestructuras técnicas son las que producen el “mensaje”.

La forma como cada cultura codifica a sus signos constituye verdaderos “mapas de significación”. Por lo tanto, cuando las personas aplican estos “mapas de significación”, construyen reglas de competencia cultural que se aplican en cada caso. Y la manera de interpretar dichas reglas, a la vez, tiene que ser asimilada como sistema de descodificación por los interactuantes.

1. Formatos digitales

En los medios impresos, la combinación de los mismos códigos (papel, tipografía, imágenes, etc.) genera distintos formatos: revistas, diarios, libros, afiches, trípticos y otros que, por contrato semiótico, adquieren diverso valor social. Por ejemplo, los periódicos están relacionados con informaciones “verdaderas”, mientras que los comics con contenidos “ficticios”. Del mismo modo, en los medios audiovisuales es posible apreciar distintas estructuras de relato: teleseries, vídeoclips, cine, documentales, etc., todas formateadas a partir de los mismos códigos: planos, cortes, iluminación, sonido, etc.

Los medios anteriores han tenido continuidad respecto de su estructura, pues el relato casi siempre es secuencial y, en la práctica se apega a los códigos escripturales, aunque el medio no lo requiera. Es así como en la radio y la televisión se utilizan guiones o libretos ¡escritos! En los medios digitales, en cambio, las nuevas tecnologías

inducen a un texto de características complejas, que incluso puede romper las secuencias sintagmáticas tradicionales.

Efectivamente, en la navegación por Internet pasamos drásticamente de un lenguaje secuencial a un sistema que posee múltiples redes y que abre múltiples direcciones de lectura. Paradójicamente, aunque se “lee” de forma inconexa, se sigue elaborando un discurso con sentido.

Ahora bien, cada medio y, más precisamente, cada formato, tiene sus propios códigos específicos, los cuales permiten “reconocer” en ellos las reglas del contrato semiótico. Dichos códigos pueden complementarse con otros de aparición relativa, incluso de soportes ajenos, pero dicho contrato sólo opera en presencia de los primeros.

Como los formatos digitales son relativamente nuevos, la emergencia de códigos específicos todavía es amplia e inestable, pues deben ser validados en el uso por los interactuantes y en un contexto de desarrollo tecnológico progresivo; pero ya es posible identificar algunos de estos componentes básicos, como la hipermedialidad, la conectividad, la interactividad y la virtualidad.

2. Hipermedialidad

A partir de la tradición manuscrita e intensificada luego por la aparición de la imprenta, durante muchos siglos hemos estado supeditados al concepto de texto heredado. La discusión en materia de conceptos vinculados al fenómeno digital y sus productos comunicativos se extiende incluso a nociones de uso frecuente en este ámbito.

Según George Landow, ya el término *texto* resulta inapropiado para referirse a los productos de carácter digital, pues el problema que representa esta palabra es que se encuentra tradicionalmente asociada a la imprenta. De ahí que el autor hable de una “versión electrónica de un texto impreso”¹, sin embargo, como observaremos más adelante, esta definición no da cuenta de la noción de hipermedia, pues, a pesar de que en principio el texto digital surgió bajo los códigos de su símil impreso, hoy se reconoce que el soporte ha generado sus principios estructurales y narrativos propios.

La tradición impresa inició al lector en un texto con características particulares y lo mantuvo dentro de ese esquema. Con la introducción de la textualidad electrónica el panorama cambia. “El procesamiento y la distribución espacial de la palabra como secuencia, (...) son incrementados todavía más por la computadora, la cual aumenta al máximo el sometimiento de la palabra al espacio y al movimiento local (electrónico), y perfecciona la secuencia analítica al volverla virtualmente instantánea”². Por esta razón,

¹ Landow, George. “Hipertexto”. Ed. Paidós, Barcelona, España, 1995. p. 61.

² Ong, Walter. “Oralidad y Escritura. Tecnologías de la Palabra”. Editorial FCE, México DF, México. 1987, p.134.

al referirnos a un texto digital, estamos frente a una noción que desborda los límites de este concepto clásico.

Hablamos de “hipermedia”, entonces, para referirnos a este “juego de sentidos y lógicas que nos permiten asir al mismo tiempo textos, imágenes, sonidos y conceptos para simbolizar y redimensionar nuevos significados en un tiempo y un espacio específicos.”³

El término “hipermedia” surge de la fusión entre dos conceptos: el “hipertexto” y la “multimedia”. Este último también es una noción asociativa –lineal, secuencial y reduccionista-, y que, en el rigor de la complejidad, podría ser entendida como “metamedia”. Podemos entender los sistemas de hipermedios como la “organización de información textual, visual gráfica y sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema.”⁴

El elemento “multimedia” aludido guarda una distancia frente al concepto de “hipermedia”, pudiendo analizarse en forma separada de éste. “Valdría aclarar que la diferencia entre un ‘hipermedia’ y un ‘multimedia’ es que el primero incluye todo el espectro de los nuevos medios interactivos”⁵. Actualmente estos términos se confunden e identifican entre sí, de tal forma que al nombrar uno de los conceptos anteriores (hipermedia, hipertexto o multimedia) de forma instintiva y casi automática se piensa en los otros dos. Fruto de esta interrelación de ideas y apoyadas por nuevas necesidades de trabajo aparecen una serie de herramientas orientadas, ya no como procesadores de textos, sino como procesadores hipermediales. Estas aplicaciones combinan ciertas características del hipertexto dentro de documentos con elementos informativos muy diversos. Algunos autores como Landow, Clément, Calle Guerra y otros se han aferrado al término hipertexto para significar este sistema informático, pero en el entendido de que éste se trata de “una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos”⁶, el concepto resulta insuficiente para representar las potencialidades que el fenómeno digital abarca. Es decir, recoge sólo una de las propiedades del hipermedia: la conec-

³ Calle Guerra, Aura Margarita. “El Hipertexto: Reivindicación de la Lectura y la Escritura en el Medio Electrónico, a un Nivel Más Virtual Que Físico”. Revista de Ciencias Humanas, Número 21. <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev21>. 2004.

⁴ Caridad, M. y Moscoso, P. “Los Sistemas de Hipertexto e Hipermedios: Una Nueva Aplicación a la Informática Documental.” Ed. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1991, p. 48.

⁵ Regil, Laura. Hipermedia; Laberintos Digitales en Publicación Narxiso.com. <http://www.narxiso.com/hipermedia.html>. 2001.

⁶ Landow, George. “El Hipertexto y la Teoría Crítica”. Editorial Paidós, Buenos Aires 1995. p. 15, citado en Calle Guerra, Aura Margarita. Op. Cit. 2004.

tividad. Es así como comprendemos que “cada hipertexto es un subhipertexto de un hipertexto mayor.”⁷

Pese a ello, es imposible desconocer que el hipermedia tiene su antecedente directo en el hipertexto, pues ambos tienen en común su base tecnológica, aunque en el primero, la estructura no es la simple ramificación de ventanas con información de diferentes fuentes. A diferencia del hipertexto, podemos encontrar interconectada información proveniente de distintos lenguajes y medios. En el hipermedia presenciamos la convergencia de elementos visuales como es la imagen fija y en movimiento; el sonido en sus diversas expresiones y, por cierto, la palabra escrita. Como vemos, no se trata sólo de una serie de acoplamientos de textos concatenados, como es el caso del hipertexto. Por el contrario, se trata de “un nuevo medio, en donde el diseño y creación de mensajes hipermediáticos requiere de la conjunción de varias áreas del conocimiento humano, tan variadas y complementarias como son: Comunicación, Ciencias Cognitivas, Informática, Ergonomía y otras”.⁸

El texto digital, bajo la figura del hipermedia, no restringe su valor sólo al contenido informativo o a la manera como éste se organiza, sino que su importancia se basa “en la posibilidad de construir un pensamiento o un discurso a partir de esos datos”.⁹ Clément también repasa en la invención de nuevas formas discursivas derivadas de la interacción con el hipermedia, gracias a “la ausencia de un orden jerárquico fijo que estructure el dominio previamente a su lectura y en la invención de nuevas formas discursivas.”¹⁰ Este hecho deja en evidencia que la hipermedialidad es una expresión comunicativa que presenta mayor complejidad. Al respecto, Pierre Lévy¹¹ reconoce algunos principios interrelacionados existentes en su estructura.

- a) El primero es el principio de la Metamorfosis: la composición, extensión y configuración de la red hipertextual están en constante cambio y esto se debe a la permanente apertura de la red al exterior;
- b) El segundo, el principio de la Heterogeneidad: textos, sonidos e imágenes son integrados por la digitalización y componen un lenguaje único;

⁷ Lévy, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência: o Futuro do Pensamento na Era da Informática*. Rio de Janeiro, Ed. 34, 1993, p. 36. Citado en Murad, Angele. “El Hipertexto, Base para Reconfigurar la Actividad Periodística”. <http://www.saladeprensa.org/art252.htm>, Artículo 34, Agosto 2001, Año III, Vol. 2.

⁸ Regil, Laura. Op. Cit. 2001.

⁹ Román, Eduardo. “Lenguaje e Ideología en el Periodismo Digital de América Latina”, en “Comunicación, Integración y Participación Ciudadana”. Editorial Universidad de Chile. Santiago de Chile. 2003. Pág. 63.

¹⁰ Clément, Jean. “Del Texto al Hipertexto: hacia una Epistemología del Discurso Hipertextual”. Traducción de Susana Pajares Tosca. <http://hipermedia.univ-pais8.fr>. 2000.

¹¹ Lévy, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência: o Futuro do Pensamento na Era da Informática*. Rio de Janeiro, Ed. 34, 1993, p. 36. Citado en Murad, Angele. Op. Cit. 2001.

c) Tenemos también el principio de Multiplicidad y de Encaje de las escalas: la organización del hipertexto es fraccional, o sea, cualquier nudo o conexión se revela compuesto por toda la red.

d) Cuarto, el principio de Movilidad de los Centros: la red hipertextual no tiene un centro único.

e) Principio de la Exterioridad: la red se encuentra permanentemente abierta al exterior. Las fronteras entre lo que es interior y lo que es exterior del hipertexto son móviles.

f) El principio de la Topología: la red funciona en base a la proximidad a medida que los enlaces electrónicos aproximan espacios y temporalidades.

Lèvi repara también en una de las características paradigmáticas de este sistema informativo: su metamedialidad. La integración en una única representación textual de audio, imagen, y texto “modifica y estructura una nueva forma de percepción, eliminando, como lo plantea Piscitelli, las distinciones entre lo que se ve y lo que se lee, lo observado y lo relatado, entre el objeto descrito y la narración que lo describe”¹². Precisamente, el llamado “principio de Multiplicidad” se refiere a la característica hipertextual del hipermedia. La discontinuidad del texto fragmentario que permite un recorrido alejado de la tradicional linealidad, promoviendo la “autonomía de las unidades de lectura, al estar sus componentes atomizados o fragmentados. De esta manera, dependen menos de los textos que los preceden o suceden linealmente”. Es lo que estableceremos más adelante como “Conectividad”.

El “principio de Movilidad de los Centros” se homologa a la similitud del hipertexto con el funcionamiento cerebral humano. “La estructura y las relaciones que se establecen a partir de la lógica hipermediática se aproximan a la manera en que se organizan e interconectan las neuronas humanas para desarrollar procesos cognitivos”.¹³

Por otra parte, los dos últimos principios de Levi se relacionan con la interactividad. En primer lugar, desde el nivel de intercambio que realiza el usuario con un producto mediático digital, ya que “los textos, las imágenes, los sonidos son producidos y consumidos bajo la forma de un diálogo entre un sujeto y un programa”¹⁴ y también desde la aproximación espacio-temporal que este fenómeno conlleva: “la interactividad permite que los usuarios usen los medios para organizar su espacio y su tiempo, y no a la inversa como sucedía en los medios tradicionales sustentados sobre la manipulación de las imágenes y sonidos desde un centro emisor”.¹⁵

¹² Calle Guerra, Aura Margarita. Op. Cit. 2004.

¹³ Tomás y Puig, Carles. “Del Hipertexto al Hipermedia. Una Aproximación al Desarrollo de las Obras Abiertas”. <http://www.iaa.upf.es/~ctomas/principal.html>. 1997.

¹⁴ Vilches, Lorenzo. “La Migración Digital”. Editorial Gedisa, Barcelona, 2001. P.215

¹⁵ Vilches, Lorenzo. Op-cit. 2001. P.24.

3. Conectividad

“Conectividad” habitualmente está asociado con estar de algún modo “ubicable” en cualquier lugar y refiere principalmente a la potencialidad del hipertexto de conducir hacia diversas vías de información desde un comienzo determinado.

El hipertexto se basa en conexiones interdocumentales que se generan a través de enlaces entre palabras u otras estructuras textuales (fotos, vídeos, íconos, etc.): “El hipertexto, al poder integrar e interconectar experiencias comunicativas que se basan en múltiples materias expresivas, desdibuja todavía más la unicidad del producto cultural, ampliando, a la vez, la relación entre las capacidades perceptivas y cognoscitivas del ser humano”.¹⁶

Uno de los fenómenos más claros que se establecen a partir de la potencialidad de conexión del texto digital es la de la “multiplicidad de lecturas”¹⁷, que se refiere a la amplia gama de recorridos que el lector puede establecer, lo que genera una suerte de múltiples mapas que puede ir descubriendo, a partir de lo que él mismo vaya encontrando interesante en cada navegación: “Este direccionamiento sobre recursos ajenos se puede hacer independientemente del espacio que medie y del tema de los recursos con que se haga”.¹⁸

La conectividad interna es aquella a través de la cual se estructura un documento web y constituye uno de los elementos fundamentales para definir la complejidad de un texto digital. La conectividad externa, por su parte, integra en un todo recursos separados en el espacio y, por ello, es la aplicación más potente de la tecnología hipertextual llevada a las redes telemáticas, pues “al ser la naturaleza de la tecnología del hipertexto doblemente integradora, en lo formal y en lo sustancial, no sólo ha permitido integrar los discursos en el seno del ciberespacio, además ha articulado todos los instrumentos formales por los que éstos aparecen”.¹⁹

La red se presenta como un “documento total”²⁰, que se comporta como un ente vivo, modificable, en constante mutación. La conectividad será fundamental para que el individuo logre aproximarse a su amplia configuración de conocimientos e información. Esta característica establecerá un direccionamiento, un sistema de navegación con cierta coherencia, organización y asociación de contenidos.

¹⁶ Tomás y Puig, Carles. Op.cit. 1997.

¹⁷ Palacios, Marcos. “Hipertexto, Fechamento e o Uso do Conceito de Não-linearidade Discursiva. [Http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html](http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html), citado en Murad, Angele. Loc. Cit. 2001.

¹⁸ Román, Eduardo. Loc. Cit. 2003. P. 62.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

4. Interactividad

Podemos entender este concepto en primer lugar como la “facilidad de respuesta”²¹ que posee el usuario al enfrentarse a un documento multimedial. Respuesta que está dada, básicamente, por la capacidad de dialogar con el autor del texto, ya que, por lo general, en la mayoría de las páginas web se incluyen e-mails y datos, que el lector puede utilizar para comunicarse en forma directa y dar su opinión. Se relaciona, por lo tanto, con el término “retroalimentación” en su sentido más reducido, “fomentando la participación de los usuarios y despojando en algún grado el “monopolio de la palabra” que ha ostentado el Periodismo”.²² Pero la participación va más allá. “Podemos entender este concepto tanto desde la posibilidad de responder a las preguntas programadas que nos hace una computadora como desde la facultad que nos es dada de alterar el desarrollo de una historia”.²³

Vilches realiza algunas distinciones para afrontar la nueva naturaleza de los medios interactivos de los públicos y de los accesos. Es así como establece una diferencia entre el concepto de Comunicación, “que en principio no necesita a los medios”²⁴, y los medios interactivos propiamente tal, enfatizando que “la interactividad es sólo un medio, no la comunicación”.²⁵ Por lo mismo, la define como una función dentro de un proceso de intercambio entre dos entidades humanas o máquinas.

Podemos determinar entonces que el término Interacción tiene dos prismas claramente definidos. Por una parte, tiene que ver con la estructura del soporte hipermedial, es decir con un formato que propicia el diálogo entre autor y usuario. Pero “la interactividad no se puede entender solamente como una relación de interacción de sujeto a sujeto”.²⁶ Es por ello que surge la aproximación al término estableciéndolo como la capacidad propia del individuo de interactuar con el texto. “El actor de una comunicación interactiva es por ello un sujeto consciente que viene reconocido para producir un evento”.²⁷ La interacción será entonces, “la aplicación de la inteligencia a los interfaces”.²⁸ Interfaz es “el medio por el cual el usuario puede interactuar con los contenidos de un programa”.²⁹ Un texto hipermedial será adecuado en la medida que su interfaz logre facilitar el acceso y el recorrido que el lector elija emprender, promoviendo

²¹ Pisani, Francis. “La Nueva Geografía de Internet”, en Revista Chasqui N° 79, septiembre de 2002. <http://chasqui.comunica.org/79pisani.htm>.

²² Pisani, Francis. Op. Cit. 2002.

²³ Pisani, Francis. Loc. Cit. 2002.

²⁴ Vilches, Lorenzo. loc cit. 2001. P.167.

²⁵ Vilches, Lorenzo. Loc. Cit. 2001. P.168.

²⁶ Román, Eduardo. Op. Cit. P. 66.

²⁷ Vilches, Lorenzo. Op. Cit. 2001. P.178.

²⁸ Ibid.

²⁹ Regil, Laura. Op. Cit. 2001.

una libre circulación. Regil establece que “la eficacia del interfaz radica en su capacidad para implicar o no al usuario en el programa, es decir, para propiciar la interactividad”.³⁰ Este concepto está supeditado a la manera de explorar los contenidos de un hipermedia por parte del espectador. La autora lo conceptualiza como una “exploración asociativa”, que se enmarca en un proceso dialéctico de control, selección, exploración, consecución-retroalimentación y retorno. La idea se enmarca así en la capacidad de ruptura de la estructura lineal propia de los textos tradicionales (soportados en papel), y la generación libre de un mapa de recorrido por parte del individuo, quien establece una relación dialógica con el documento multimedial al cual se enfrenta.

En este diálogo usuario-máquina, “cuando hablamos de interactividad programada, normalmente nos referimos a un programa ejecutado en modo conversacional a través de una máquina programada para tal efecto”.³¹ Este interfaz es creado, a su vez, por un sujeto programador, que pasa a participar de un proceso comunicativo donde el sujeto receptor conforma la otra parte. La máquina será la entidad mediadora, el nexo entre el “que hace operar la tecnología, en cuanto traductor del avance tecnológico y sus productos”³² y el individuo que los recibe.

La interactividad propicia una nueva fórmula comunicativa desde la producción y el consumo. Por una parte, el programador deberá estar capacitado para crear interfaces que generen la exploración selectiva por parte del usuario y, por otra, el individuo deberá estar entrenado para abordar, —a partir de la información que se le entrega—, su propio mapa de recorrido del texto. La modificación más radical al respecto, de acuerdo a McLuhan, se encuentra “en el cambio de status del sujeto de la Comunicación. En este cambio se hallan implicadas las categorías de espacio, tiempo y de identidad de los agentes de la comunicación”.³³

Una de las principales características del hipertexto la constituye “el nivel de participación activa del usuario en la interacción con la información, en la medida en que se le asignan mayores responsabilidades en cuanto a la exploración, el establecimiento de nuevos nexos, la secuencia y, en especial, la reelaboración de significados en un proceso formativo-constructivo”.³⁴

5. Nuevos códigos

Por último, como parte de los elementos que constituyen la representación de textual hipermedial, debemos mencionar la “Virtualidad”, que es uno de los códigos emergentes

³⁰ Regil, Laura. Loc. Cit. 2001.

³¹ Vilches, Lorenzo. Op. Cit. 2001. P.221.

³² Román, Eduardo. Op. Cit. 2003. P. 58.

³³ Vilches, Lorenzo. Op. Cit. 2001. P.213.

³⁴ Calle Guerra, Aura Margarita. Op. Cit. 2004.

que adquiere cada vez mayor importancia, pues la tecnología avanza, precisamente, hacia sistemas más “amigables” que consisten en una mejor simulación de “realidad”.

Virtualidad es “la capacidad de representación digitalizada. Es decir, lo que es ficticio materialmente, pero que existe digitalmente”.³⁵ Las representaciones del texto digital resultan volátiles, debido a su capacidad para desvanecerse en este espacio virtual donde el hipermedia tiene lugar. “Quizás la palabra electrónica pueda ser descrita en su virtualidad (...) como un significante sin significado corpóreo”³⁶, lo que para algunos detractores de la textualidad digital constituya la mayor debilidad de esta expresión. Para los incondicionales del texto impreso un sistema informativo como el hipermedial, sin dudas, será apreciado como “inestable, menos concebible epistemológicamente” por su carácter virtual imposible de soslayar.

En definitiva, el hipermedia es un producto cultural no centrado en una base expresiva de características excluyentes, sino que integra expresiones comunicativas basadas en múltiples materias y con múltiples potencialidades que recién se están manifestando.

³⁵ Regil, Laura. Op. Cit. 2001.

³⁶ Tolva, John. “La Herejía del Hipertexto: Miedo y Ansiedad en la Edad Tardía de la Imprenta” en Revista Espéculo, 1995. <http://www.ucm.es/info/especulo/hipertul/tolva.html>

Bibliografía

- Calle Guerra, Aura Margarita. “*El Hipertexto: Reivindicación de la Lectura y la Escritura en el Medio Electrónico, a un Nivel Más Virtual que Físico*”. Revista de Ciencias Humanas, Número 21. 2006. <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev21/calle.htm>
- Caridad, M. y Moscoso, P. “*Los Sistemas de Hipertexto e Hipermedios: Una Nueva Aplicación a la Informática Documental*.” Ed. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Madrid, 1991.
- Clément, Jean. “*Del Texto al Hipertexto: Hacia una Epistemología del Discurso Hipertextual*”. Traducción de Susana Pajares Tosca, 2000. <http://hipermedia.univ-pais8.fr>.
- Landow, George. “*Hipertexto*”. Ed. Paidós, Barcelona, España, 1995.
- Ong, Walter. “*Oralidad y Escritura. Tecnologías de la Palabra*”. Editorial FCE, México DF, México. 1987.
- Murad, Angele. “*El Hipertexto, Base para Reconfigurar la Actividad Periodística*”. <http://www.saladeprensa.org/art252.htm>, Artículo 34, agosto 2001, Año III, Vol. 2.
- Pisani, Francis. “*La Nueva Geografía de Internet*”. Revista Chasqui N° 79, septiembre de 2002.
- Regil, Laura. “*Interactividad: Construcción de la Mirada*”. 2003. <http://www.narxiso.com/interact.html>
- Regil, Laura. “*Hipermedia: Laberintos Digitales*”. 2001. <http://www.narxiso.com/hipermedia.html>.
- Román, Eduardo. “*Lenguaje e Ideología en el Periodismo Digital de América Latina*”, en “Comunicación, Integración y Participación Ciudadana”. Ed. Universidad de Chile. Santiago de Chile. 2003.
- Tolva, John. “*La herejía del Hipertexto: Miedo y Ansiedad en la Edad Tardía de la Imprenta*” en Revista Espéculo, 1995. <http://www.ucm.es/info/especulo/hipertul/tolva.html>
- Tomás y Puig, Carles. “*Del Hipertexto al Hipermedia. Una Aproximación al Desarrollo de las Obras Abiertas*”. 1997. <http://www.iaa.upf.es/~ctomas/principal.html>
- Vilches, Lorenzo. “*La Migración Digital*”. Editorial Gedisa, Barcelona, 2001.

