

Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación?

Javier Díaz Noci

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Universidad del País Vasco

Barrio Sarriena, s/n

48940 Leioa (Vizcaya)

España

94 601 5203

javier.diaznoci@ehu.es

Resumen: Si en una modalidad se materializa de forma cotidiana el empleo del hipertexto, es en el periodismo. A pesar de que la teoría hipertextual surge en torno a la literatura de ficción, es en el ciberperiodismo donde encuentra sus verdaderas posibilidades de desarrollo, tanto práctico como teórico. Las facultades iberoamericanas, donde los estudios de comunicación se hallan implantados desde hace décadas, se encuentran igualmente en situación de ventaja para ofrecer hallazgos conceptuales en torno a las nuevas posibilidades que ofrece este nuevo lenguaje, que sólo ahora comienzan a vislumbrarse. Tanto en lo que se refiere a la investigación de este nuevo fenómeno desde el punto de vista de la construcción del discurso y el mensaje –desde, a su vez, perspectivas diversas– como en su aplicación docente, la Universidad iberoamericana se halla frente a un reto al que, nos parece, no llega tarde esta vez. Este texto realiza algunas reflexiones sobre la necesidad de analizar las dimensiones hipertextuales del nuevo mensaje periodístico, y se aventura incluso a intentar identificar las características definitorias del nuevo medio.

Palabras clave: Ciberperiodismo. Hipertexto.

0. Introducción

El periodismo está presente en la Universidad española, como lo está en la de Estados Unidos y en Latinoamérica (de habla portuguesa y española). Por lo que respecta a Iberoamérica, son más antiguas las facultades de comunicación americanas que las españolas, país que –con la excepción de la antigua Unión Soviética– hasta hace muy recientemente era el único de la Europa occidental que ofrecía estudios de Periodismo, aunque hay otros países del continente donde también se enseñan materias de Comunicación. A pesar de su juventud (las primeras facultades de Periodismo en España datan de los 70), hemos prestado, hasta cierto punto, una considerable atención a los aspectos teóricos del Periodismo y de la Comunicación. De hecho, hemos tenido desde el principio de nuestros estudios universitarios de Periodismo dos tendencias, dos tradiciones que sólo ahora están comenzando a recibir frutos mutuos: la primera, más teórica y europea, que presta más atención a materias como la Sociología de la Comunicación, la Semiótica o la Teoría de la Comunicación, en deuda con un modo de pensar más bien europeo (quiere decirse, francés e italiano); y la segunda, más práctica y empírica,

una tradición estadounidense, preocupada especialmente por la formación profesional de los periodistas y representada, en el primer momento, por la importación y adaptación de los clásicos de la Redacción periodística americana, como Mencher o incluso Warren.

La aparición de la World Wide Web, en la década de 1990, y la eclosión, en apenas una década, de una miríada de medios digitales, ha puesto sobre la mesa un reto para quienes nos dedicamos profesionalmente a la formación de periodistas y a la investigación en Comunicación: determinar cuáles son las características definitorias del nuevo medio y hasta qué punto –y cómo– se está conformando una nueva retórica, un nuevo lenguaje y una nueva manera de hacer las cosas. Se trata de una nueva, incipiente, inmaduraⁱ, si se quiere, realidad, pero este nuevo paradigma informativo ha provocado un nuevo objeto de estudio, así como nuevas técnicas que se enseñan ya en nuestras facultades. En la Universidad española –que tampoco pretendo sea la más avanzada en estos, como en otros, aspectos, pero que es la que fundamentalmente conozco– comenzamos a trabajar para responder a este nuevo reto en 1994, justo cuando comenzaba a haber algunos medios que decidieron dar el salto a la Red, y el primer libro, hoy sonrojante por muchas cosasⁱⁱ, conseguimos darlo a la luz en 1996. Intentamos no perder un nuevo tren que nos hiciese depender en exceso de la producción científica de otros países, como Estados Unidos. La propia condición global e instantánea de Internet nos permitió estar al tanto de muchas cosas, y, en estos momentos, no creemos que la universidad de lengua española o portuguesa esté por detrás, ni en calidad ni en cantidad, de la que se decanta por el inglés como lengua de comunicación. La propia tradición europea, si se quiere más teórica, ha hecho que buena parte de nuestros estudios se vaya escorando hacia este tipo de reflexión, que ha encontrado en la ciencia del hipertexto, igualmente incipiente, un terreno aún muy virgen en el que adentrarse.

Sabemos, por supuesto, que la teoría del hipertexto no es exclusivamente europea, y que en este viejo continente estamos en deuda con, por ejemplo, George Landow, cuyos libros han sido traducidos al español y son de uso común entre todos aquellos que trabajamos en este campo, y, no hace falta decirlo, por pioneros como Vannevar Bush o Theodor Nelson. Diría, no obstante, que ha sido en Europa donde la teoría del hipertexto ha tenido éxito. Disponemos de alguna literatura académica sobre ello en España. Me gustaría mencionar al pionero en este campo, el profesor de la Universidad Carlos III de Madrid Antonio Rodríguez de las Heras, que escribió un libro seminal sobre el tema, *Navegar por la información*. Ha intentado igualmente convertir la teoría en práctica con un libro digital, *El libro de arena*, título prestado de un libro de Jorge Luis Borges, accesible en Internet. Es cierto que la teoría del hipertexto se ha desarrollado, en un primer momento al menos, en torno a la literatura de creaciónⁱⁱⁱ. Sin negar los avances que, por ejemplo, en el campo de la novela se hayan podido producir, es en otro tipo de literatura, más prosaica quizá, donde se ha desarrollado de forma más completa y cotidiana: en las obras enciclopédicas, en los repertorios de legislación y, sobre todo, en el periodismo. La esencia del quehacer informativo, con sus prisas cotidianas, su necesidad de fórmulas estables y bien conocidas a través de las cuales dar a conocer los

hechos relevantes, han impulsado la reflexión teórica acerca del hipertexto aplicado al periodismo. Nos parece que es sólo el principio: el ciberperiodismo se encuentra aún en mantillas, como le ha pasado a todo medio nuevo, y está en proceso de emanciparse de los precedentes, de forjar su propia retórica. En esa encrucijada y en ese diálogo entre las necesidades profesionales y los esfuerzos teóricos de los académicos ha de situarse un punto de encuentro, un territorio común en el que la docencia encontrará sus mejores frutos.

En este breve texto pretendemos solamente exponer algunos aspectos que nos parecen destacables acerca de la investigación sobre la teoría hipertextual aplicada al periodismo. Serán sólo unos breves apuntes que nos dibujen un panorama que, a nosotros al menos, nos parece francamente prometedor, a pesar de lo mucho que aún queda por desbrozar.

1. Perspectiva lingüística: la teoría del (hiper)texto

La primera perspectiva que nos interesa destacar es la lingüística. No porque pretendamos ceñirnos al lenguaje, en sentido estricto, sino porque creemos que conviene contemplar el hipertexto desde la teoría del texto, como nivel estructurado en que se manifiesta el acto comunicativo. Si la narratología, la pragmática o incluso la vieja e injustamente denostada retórica se ocupaban de un artefacto que hemos dado en llamar texto, y ha aplicado determinadas metodologías con resultados excelentes, ¿por qué no hacer lo mismo con el hipertexto? ^{iv} Si éste se define como una superación del texto –en cuanto, por ejemplo, a su unilinealidad–, parece claro que las nuevas características intrínsecas del hipertexto traen consigo una nueva manera de hacer las cosas.

Se trataría, en primer lugar, de determinar cuáles son esas características que el discurso hipertextual posee y que, al menos en conjunto, no pueden ofrecer el resto de los discursos informativos (la prensa o el audiovisual). Hay quienes, como las profesoras Cristina Fiebich y Nora Paul, de la Universidad de Minnesota, hablan en sus *Elements of Digital Storytelling*^v de características como media, acción, relación, contexto y comunicación^{vi}. Son, nos parece, un tanto heterogéneas aunque, con otro nombre, coinciden básicamente con las que propone Kevin Kawamoto, para quien las características que definen esta nueva práctica informativa son la hipertextualidad, la interactividad, la no linealidad (¿no es esta, en realidad, a su vez una característica del hipertexto?), la multimedialidad, la convergencia^{vii} y la personalización. Nosotros, en cambio, a la hora de discernir cuáles son los rasgos propios de los nuevos productos periodísticos preferimos hablar de:

- 1) Criterios hipertextuales, que incluyen el análisis de sus elementos constitutivos, es decir, los nodos y los enlaces^{viii}. En cuanto al análisis de los nodos y los conjuntos –y estructuras– que forman, un primer punto de partida es la teoría de la coherencia intranodal, internodal e hiperestructural, expuesta por el profesor Martin Engebretsen en su tesis doctoral^{ix} y en otros artículos. Por lo que respecta a los hipervínculos, es

importante trazar una tipología de los mismos, especialmente teniendo en cuenta las funciones gramaticales que cumplen, al articular las estructuras nodales con un sentido global, es decir, como unidades de significación en sí mismas, punto de partida en el que coincidimos con la teoría del texto. La búsqueda de la eficacia en la producción de sentido es tarea de la retórica, ciencia renovada y rescatada para la ciencia sobre todo a partir de las investigaciones del Grupo , por un lado, y de Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca, por otro. Existen ya estudios sobre retórica aplicada a la lógica hipertextual, por supuesto^x. La referencia a los *topoi* predominantes en cada texto ya ha sido ensayada como criterio de clasificación tipológica de los géneros literarios por, por ejemplo, Héctor Borrat^{xi}. En nuestra opinión, a los textos narrativos, interpretativos y argumentativos habría que añadir los dialógicos, categoría, por otra parte, muy empleada en la teoría de los géneros literarios. Preferimos reservar el término “interactivos”, que también se ha empleado con similar significado, para explicar otro tipo de características de los cibertextos^{xii} periodísticos que incluyen otros aspectos como la participación del lector o incluso la personalización como método de respuesta del sistema a las demandas de los usuarios.

- 2) Criterios de multimedialidad: en un principio, el hipertexto es una combinación de nodos textuales que ofrece itinerarios diversos al lector, que configura así su propio relato. Sin embargo, la dimensión meramente textual ha sido superada por la multimedialidad, o posibilidad de integrar en una misma estructura hipertextual nodos visuales, sonoros, o de otro tipo. En este mismo campo puede incluirse el estudio de la interfaz como medio –semiótico, si se quiere– de relación entre el lector y el sistema, o mejor, entre el lector y el autor. El estudio reciente de Carlos Scolari^{xiii} es modélico, en este sentido. Lejos de separar el estudio de los aspectos gráficos, visuales, de lo que se ha conocido como redacción periodística, el estudio del mensaje debe incluir, en nuestra opinión, ambos aspectos como un todo.
- 3) La interactividad: fue definida como la posibilidad de que, a demandas del usuario, el sistema responda adaptando el mensaje a sus necesidades. En realidad, eso sería el resultado de una serie de disposiciones técnicas –también desde esa perspectiva puede estudiarse la interfaz– al servicio de la participación. La interactividad es el principal rasgo que subvierte la inmutable distinción entre autor y lector, ya que se supone que, en teoría, el hipertexto permite a este último adquirir una dimensión igualmente autorial, puesto que participa en mayor o menor medida de decisiones que afectan al resultado final del discurso. han resumido en esta frase lo que habría de ser la interactividad en los cibermedios: “Seleccionar qué información desean los lectores y en qué orden; interactuar con miembros de la redacción y otros usuarios y hasta contribuir (aunque sea potencialmente) en la generación de contenidos^{xiv}”, lo que daría lugar al denominado periodismo de código abierto. A su vez, Anne Light, investigadora inglesa de la Universidad de Sussex (1998, 1999)^{xv} ha distinguido dos tipos de

interactividad, la inclusiva, en la que la audiencia, en una medida u otra, colabora en la obtención del producto informativo, y el modelo autorial, en el que se permite participar a los usuarios pero no hasta el punto de intervenir en la confección del item noticioso. Esto, naturalmente, entronca con la estética de la recepción. Y tiene otra derivación, a tener igualmente en cuenta: a pesar de esos cambios en la autoría que desembocarían en el periodismo participativo, la profesión periodística sigue siendo necesaria. No el periodista *multitask*, multitarea^{xvi}, probablemente, sino el que desarrolla habilidades colaborativas, el que sabe trabajar en equipo. Y eso, innegablemente, tiene influencia en las técnicas que enseñamos al futuro ciberperiodista.

- 4) Temporalidad: Creemos fundamental también tener en cuenta los aspectos temporales de los cibertextos que se producen para Internet. En realidad, se trata de una característica que proporciona, más que el hipertexto, la técnica de las redes telemáticas que permite una renovación constante del mensaje y que éste sea accesible desde cualquier lugar del globo con conexión a Internet. Como pone de manifiesto Jerónimo Alayón, el texto impreso se basaba necesariamente “en una lógica y una retórica diacrónicas”, tanto en su creación como en su decodificación, mientras que el hipertexto juega más con una “polifurcación sincrónica”, además de tener, al contrario que el texto impreso, necesariamente lineal, “una lectura alineal y varios niveles estructurales”^{xvii}. Las características del nuevo medio han hecho que los tiempos de producción y de recepción se hayan alterado sustancialmente.

2. La perspectiva docente: ¿es posible aplicar la teoría del hipertexto a la enseñanza del periodismo?

Somos conscientes de que probablemente sea mejor no hablar de redacción^{xviii}, aunque el voabolo castellano comprensa un significado más amplio que el inglés *newswriting*, en el sentido de que Redacción es más que “escribir textos”, y sea mejor dar otra definición, tal vez “construcción del discurso”, puesto que el nuevo discurso periodístico consta de texto, imágenes, sonidos, bases de datos, pero también de interfaces, diseño, motores de búsqueda y lenguaje de programación. Algunos (nuestros colegas gallegos, por ejemplo) tienden a incluirlo en un término más comprehensivo, “arquitectura de la información”, es decir, tratan sobre estructuras (la teoría hipertextual que manejamos y tratamos de desarrollar se centra especialmente en las más eficientes y, por tanto y cada vez más, típicas estructuras) y organización. Se trata, en el fondo, del problema de la representación del esquema complejo de la información, es decir, de mapas conceptuales –que se traducirán en diagramas de flujo hipertextuales, primer paso a la hora de diseñar una información que pretenda aprovechar las

posibilidades del hipertexto– y, en general, de la adecuada representación del modo en que se supone que piensa el ser humano, es decir, tiene de algún modo que ver con las propuestas de la lingüística cognitiva y de Vannovar Bush: “Como debemos pensar”.

Ésta sería una primera aproximación a nuestro empeño: en parte, estructuralismo, aunque sabemos bien que, aunque no sea una teoría totalmente olvidada, no es hoy en día demasiado popular. De cualquier manera, no podemos afirmar que seamos totalmente estructuralistas. Como ocurre en Lingüística y Filología, donde –al menos en el dominio de lengua española- se acusa a los libros de estilo de los medios de ser los últimos reductos del “normativismo” en Gramática, es necesaria una combinación de tradición en innovación, de prescripción –en el sentido de “dar normas”- e investigación. No podemos olvidar el enorme papel que los videojuegos están desempeñando en la educación de los futuros lectores, y cómo las estructuras, características, técnicas de los mismos están preparando el camino a un lenguaje realmente multimedial, interactivo, hipertextual, el camino al hipermedia. En nuestra opinión, están surgiendo nuevos géneros: por ejemplo, la infografía^{xix}.

Disponemos, por el momento, de un manual que es una síntesis de lo que hemos sido capaces de hacer hasta ahora, el *Manual de redacción ciberperiodística*. Basado en el trabajo inicial de un grupo de investigación compuesto por miembros de las universidades españolas de Santiago de Compostela, Navarra, Málaga y País Vasco, tratamos de trazar un mapa de la mayoría de los profesores que trabajan en España actualmente sobre estas cuestiones y enseñan la asignatura (Ciberperiodismo, Periodismo digital, Periodismo en Internet, pues todo estos nombres recibe esta nueva práctica) y ofrecerles un capítulo de un libro que pudiese ser usado como punto de partida para futuras investigaciones y como base de la docencia. Dividimos nuestro libro en tres partes:

- 1) La primera se dedica a una aproximación teórica: primero, las características de la información digital: multimedialidad, interactividad, etc., un capítulo escrito por Elvira García de Torres y María José Pou, de Valencia. En segundo lugar, proponíamos una breve teoría y modelos del hipertexto aplicado al Periodismo, especialmente una tipología de estructuras, basada en los elementos esenciales, los nodos (o lexias) y los hipervínculos, tal y como ensayó Martin Engebretsen (es una pena que su tesis doctoral, probablemente la primera dedicada íntegramente a este tema, se publicase sólo en su lengua materna, el noruego), pero también en las teorías de, por ejemplo, el profesor italiano Luca Toschi. En tercer lugar, Lluís Codina –que viene del campo de la documentación- explica la composición y características de un documento hipertextual, y propone un modelo para evaluar sitios web, que normalmente nos da una visión preliminar de la calidad de los medios que investigamos. Y cuarto, Manuel Gago, Xosé López y Xosé Pereira se ocupan de la arquitectura y organización de la información.
- 2) La segunda parte del libro trata del lenguaje, estilo y retórica del Ciberperiodismo. El español es un lenguaje extendido, el tercero en lo que se refiere a hablantes y uno de los primeros en lo que se refiere a países donde es lengua oficial, y también muy

importante en Internet. El punto de vista de Francisco Yus, un lingüista de la Universidad de Alicante, basado en la Pragmática (una corriente especialmente importante en el área lingüística inglesa, donde David Crystal, por ejemplo, trabaja sobre ello), es, en nuestra opinión, especialmente atractivo. Los cambios que la Red está produciendo en la lengua, más profundo de lo que probablemente pensamos, son otro campo de investigación.

- 3) Finalmente, dedicamos la tercera parte de nuestro libro a los diferentes géneros ciberperiodísticos. Hemos de confesar que no hemos sido capaces, ni hemos querido, romper del todo con el precedente modelo impreso, el clásico. Sin embargo, hemos practicado algunos cambios en los criterios que hemos escogido para clasificar los géneros, basada en los *topoi* retóricos y que hemos mencionado *supra*. Sin embargo, creemos que haría falta reconsiderar la actual teoría de los géneros periodísticos y verla a la luz de las nuevas características, que hemos también expuesto brevemente, para conseguir así, más que una teoría de géneros, una tipología de los ciber textos periodísticos.

4. Conclusión

La teoría va probablemente más adelantada que la práctica; uno de los miembros de nuestro grupo de investigación, el profesor de la Universidad de Navarra, aplicando los conceptos que hemos explicado aquí, ha intentado determinar hasta qué punto los cibermedios españoles desarrollan estructuras hipertextuales complejas. En el III Congreso Internacional Comunicación y Realidad, celebrado en la Universidad Ramon Llull de Barcelona en mayo de 2005, presentó una comunicación cuyo título lo dice todo: "Hipertexto periodístico: mito y realidad"^{xx}. Y, sin embargo, el tema del mencionado congreso resume el punto exacto en el que nos encontramos ahora: "La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos". Nuestra labor y nuestro objetivo, como hemos intentado poner de manifiesto en esta breve comunicación para esta V Bienal Iberoamericana de Comunicación, es precisamente que dicha utopía no lo sea tanto –la profesión, y nuestros alumnos, nos demandan una educación bien real– y que, investigando los discursos como artefactos (o sea, como hechos que pueden ser estudiados del mismo modo que pueden ser producidos, aplicando técnicas diversas), podamos ya enseñar las rutinas profesionales de producción de eficaces hipertextos informativos. Es el reto del que hablábamos al principio de esta comunicación y el punto, abierto, en que queremos concluirlo.

Notas bibliográficas

ⁱ SALAVERRÍA, Ramón (2004). An immature medium. Strengths and weaknesses of online newspapers on September 11. *Gazette. The International Journal for Communication Studies*, vol. 67 (1). London: Sage, 69-86.

ⁱⁱ ARMAÑANZAS, DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.

ⁱⁱⁱ En España, podemos mencionar los estudios de MORENO, Isidro (2002). *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia*. Barcelona: Paidós; PAJARES TOSCA, Susana (2004). *Literatura digital. El paradigma hipertextual*. Cáceres: Universidad de Extremadura; VEGA, María José (2003). *Literatura hipertextual y teoría literaria*. Barcelona: Mare Nostrum; Véase también CLEMENT, Jean (1995). *Du texte à l'hypertexte: vers une épistémologie de la discursivité hypertextuelle* <<http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/discursivite.htm>> ; hay traducción española : CLEMENT, Jean (2000). Del texto al hipertexto: hacia una epistemología del discurso hipertextual. *Espéculo. Revista Electrónica Cuatrimestral de Estudios Literarios* <<http://www.ucm.es/info/especulo/hipertul/clement.htm>>.

^{iv} GARCÍA GARCÍA, FRANCISCO (1999). Estructuras narrativas y nuevas tecnologías de la información. En LÓPEZ, Xosé; SOENGAS, Xosé (eds.). *A comunicación audiovisual na era dixital*. Santiago de Compostela: Imprenta Universitaria, 90-92.

^v <<http://www.inms.umn.edu/Elements/index.php>>. Ha sido traducido al castellano, bajo el título *Los cinco elementos de la narrativa digital*, por Guillermo Franco, de la revista *El Tiempo* de Colombia, y puede hallarse en la dirección web <http://200.41.9.40/ente_secc/ente_inte/noticias/ARTICULO-WEB-1001940-2051645.html>.

^{vi} PAUL, Nora (2004). 'New News' retrospective: Is online news reaching its potential?. *Online Journalism Review*. March <<http://www.ojr.org/ojr/stories/050324paul>>.

^{vii} Véase, por ejemplo, el estudio de HUANG, Edgar, *et al.* Converged journalism and quality: A case study of the *Tampa Tribune* news stories. *Convergence*, vol. 10, number 4, winter. Luton: John Libbey, 2004, 73-91.

^{viii} Una referencia inexcusable en España es el trabajo pionero del documentalista Lluís Codina: CODINA, Lluís (1996). *El llibre digital. Una exploració sobre la informació electrònica i el futur de l'edició*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

^{ix} ENGBRETSSEN, Martin (2001). *Nyheten som hypertextst. Tekstuelle aspekter ved møtet mellom en gammel sjanger og ny teknologi*. Oslo: Norwegian Academic Press.

^x ALAYÓN GÓMEZ, Jerónimo (2004). Retórica y discurso hipertextual. *Observatorio para la Cibersociedad*, en <<http://cibersociedad.rediris.es>>; también ALBALADEJO, Tomás (2001). Retórica y propuesta de realidad (la ampliación retórica del mundo). *Tonos Digital. Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 1, marzo <<http://www.um.es/tonosdigital/znum1/estudios/albada.htm>>.

^{xi} BORRAT, Héctor (2002). Paradigmas alternativos y redefiniciones conceptuales en comunicación periodística. *Anàlisi*, 28. Barcelona, Universidad Autónoma, 55-77.

^{xii} *Texto* se emplea generalmente para describir el producto de un acto de habla –o de, obviamente, escritura–, es decir, como un constructo teórico. *Cibertexto* se emplea, consecuentemente, para definir aquel tipo de producto discursivo –y no meramente compuesto, de forma necesaria y única, por palabras– producido a partir de las herramientas y técnicas propias del hipermedia.

-
- ^{xiii} SCOLARI, Carlos (2004). *Hacer clic. Hacia una semiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- ^{xiv} MILLÁN PAREDES, Tatiana; FRASCAROLI, Manuel Alfredo (2004). Comunicación y digitalización. Nuevos paradigmas sociales frente a ciertas prácticas de la interactividad en los medios *online*. *Observatorio para la Cibersociedad* <<http://cibersociedad.rediris.es>>.
- ^{xv} LIGHT, Ann (1998). Representing the producer: the use of semiotic analysis to inform the design of interactive components in networked media. <http://www.dcs.gla.ac.uk/~johnson/papers/dsvis_2001/light/>.
- ^{xvi} De esos aspectos se ha ocupado, fundamentalmente, John Pavlik. Véase su último texto, PAVLIK, John. A sea-change in journalism: Convergente, journalists, their audiences and sources. *Convergence*, vol. 10, number 4, winter. Luton: John Libbey, 2004, 21-29. .
- ^{xvii} ALAYÓN GÓMEZ, Jerónimo (2004). Retórica y discurso hipertextual. *Observatorio para la Cibersociedad*, en <<http://cibersociedad.rediris.es>>.
- ^{xviii} Aunque, seguramente por no romper con una tradición que tiene un innegable peso específico, el último manual en castellano sobre la materia, del profesor Ramón Salaverría, se titula precisamente *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.
- ^{xix} CORES, Rafael. Shaping hypertext in news: multimedia infographics. *Towards new media paradigms. Content, producers, organisations and audiences, II COST A20 International Conference Proceedings. Pamplona (Spain), 27-28 June 2003*. Pamplona: Eunsa, 2004 , 27-46.
- ^{xx} “El carácter hipertextual del ciberespacio ha abierto grandes posibilidades para la renovación del texto periodístico [...]. Sin embargo, estas posibilidades teóricas chocan con una realidad mucho más modesta: los cibermedios actuales muestran una marcada tendencia a reproducir en el ciberespacio los formatos textuales que empleaban en otros soportes”, asegura el profesor Salaverría.