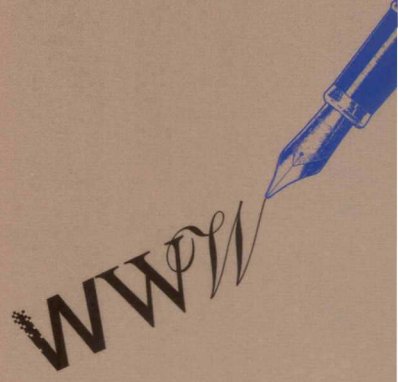


Ariel Comunicación

Javier Díaz Noci, Ramón Salaverría Aliaga (coords.)

Manual de Redacción Ciberperiodística



Diseño de la cubierta: Joana Gironella

1.ª edición: octubre 2003

© 2003: Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría (coords.)

Derechos exclusivos de edición en español
reservados para todo el mundo:

© 2003: Editorial Ariel, S. A.
Avda. Diagonal, 662-664 - 08034 Barcelona

ISBN: 84-344-1297-7

Depósito legal: B. 38.016 - 2003

Impreso en España

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

ÍNDICE

Introducción , 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

CAPÍTULO 1. Características de la comunicación digital , 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
CAPÍTULO 2. Hipertexto periodístico: teoría y modelos , 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
CAPÍTULO 3. Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación, por	
LLUÍS CODINA	141
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
CAPÍTULO 4. Arquitectura y organización de la información, por XOSÉ LÓPEZ,	
MANUEL GAGO y XOSÉ PEREIRA	195
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
 Capítulo 5. El periodismo ante la tecnología hipertextual , por JOSÉ ÁLVAREZ MARCOS	231
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
 CAPÍTULO 6. Medios interactivos: caracterización y contenidos , por JAIME ALONSO y LOURDES MARTÍNEZ	261
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

CAPÍTULO 7. La lengua de los medios en la Red y su interpretación, por FRANCISCO YUS	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
CAPÍTULO 8. Rasgos y normas del estilo ciberperiodístico, por CONCHA EDO	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
CAPÍTULO 9. Retórica del hipertexto periodístico, por XOSÉ LÓPEZ	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

CAPÍTULO 10. Géneros informativos: la noticia, 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
CAPÍTULO 11. Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica, 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

CAPÍTULO 12. Géneros dialógicos: la entrevista y otros, 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
CAPÍTULO 13. Los géneros argumentativos, 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 incorporado en una edición digital	547
8. La dimensión gráfica de la argumentación en Internet	548
Ejercicios	550
Bibliografía	553
CAPÍTULO 14. El relato en la infografía digital, 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

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.

Ariel Comunicación

www.ariel.es

929048-8



9 788434 412972