

La narrativa (literaria y periodística) en el medio hipertextual

*Alfonso Sánchez Vences**

SIN QUE ESTO DEBA LEERSE como una sentencia fatalista antitecnológica, la actividad cotidiana se ha visto afectada —consciente o inconscientemente— por el desarrollo de la tecnología digital. Sencillamente, podemos hablar de un antes y un después en la forma de relacionarnos con los medios, las personas y con nosotros mismos. Aunque no debemos creer que la *sociedad informacional* (Castells, 1999:47) ha llegado, no podemos desechar la idea de que una *sociedad de la información* —tal vez un estado previo— se erige con gran fuerza desde mediados del siglo pasado.

Raúl Trejo Delarbre nos introduce la —hasta ahora— más consensuada definición de *sociedad de la información*, redactada en marzo de 2003 en el marco de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información:¹

Una nueva forma de organización social, más compleja, en la cual las redes TIC más modernas, el acceso equitativo y ubicuo a la información, el contenido adecuado en formatos accesibles y la comunicación eficaz deben permitir a todas las personas realizarse plenamente, promover un desarrollo económico y social sostenible, mejorar la calidad de vida y aliviar la pobreza y el hambre [en Solis Leree, 2003:92].

Esta serie de cambios en la estructura global, es la herencia marcada de un proceso que inició en los años setenta² del siglo pasado, donde tres desbocados

* Licenciado en Comunicación Social por la UAM-Xochimilco.

¹ Como parte de los documentos preparatorios para la Declaración de principios en la reunión de Ginebra.

² Sin ánimo de contradecir, autores como Mattelart, Bell y Weiner dan vital importancia a los descubrimientos tecnológicos de la Segunda Guerra Mundial.

adelantos tecnológicos convergen para dar forma a una nueva sociedad: la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones (Castells, 1999:56).

Hoy por hoy, el desarrollo insospechado de estos tres campos tecnológicos, entendidos como extensiones del ser humano (McLuhan, 1996), ha cimbrado todos los aspectos de la vida moderna; incluso la misma definición de capitalismo, modo de producción donde las NTIC operan con mayor eficacia. Ciertamente, nos encontramos inmersos en un modo de desarrollo llamado *capitalismo informacional*, donde el éxito de naciones, empresas e individuos está determinado por su capacidad para hacerse llegar, procesar y transmitir información. Daniel Bell anunciaba este hecho por primera vez en 1973 cuando habla del advenimiento de la *sociedad post-industrial*, un tipo de organización que dominaría el grueso de las sociedades del siglo que empieza. Tiempo después, en la década de los noventa, el sociólogo catalán Manuel Castells profundizó sobre el mismo fenómeno de transición social. Sin embargo, es necesario aterrizar sobre los cambios sociales específicos que se han llevado a cabo: no olvidar que las transformaciones que interesan en este trabajo, los modelos de la escritura narrativa, se encuentran inscritas en el ámbito cultural. Actualmente, nuestro consumo mediático, norma nuestra actitud frente al resto de nuestros semejantes.

En suma, a partir de la entrada de la revolución digital, los vertiginosos cambios en la estructura de la sociedad han producido alteraciones en los modelos de producción de los bienes simbólicos; en concreto, en el periodismo y la literatura. La tecnología no determina la sociedad, pero sí influye en sus tendencias; existen pruebas contundentes de que algo está pasando con la manera de expresarse por medio de la escritura. Entonces, ¿cómo afectó el contexto informacional a la práctica narrativa?, o bien, ¿cuáles fueron los cambios de la escritura al entrar al medio electrónico?

En primer lugar podemos hablar de cambios en la forma de producción. Es decir, cambios en la forma de producir la narrativa, que pueden ir desde el uso de computadoras y procesadores de texto para redacción, telefonía celular, fotografía digital, uso de Internet como fuente de información y correo electrónico. Cambios que, sin embargo, sólo dan velocidad a los procesos y no afectan sustancialmente a la narrativa: un buen texto es un buen texto, en la red o en papel, haya sido escrito con pluma y tintero o con una PC. En segundo término, surgen cambios de fondo, es decir, alteraciones

que influyen en el contenido del acto narrativo; de los cuales sobresalen los cambios de estructura y, al adherirse el calificativo *digital*, la aparición de nuevas prácticas.

De tal forma, están dadas las condiciones de un proceso de transición social que se ha llamado *contexto informacional*; por otra parte, conocemos relativamente el comportamiento de los objetos a analizar: narrativa literaria y periodística. Sin embargo, al poner en contacto las *prácticas* con el *contexto*, se hace evidente una carencia de certidumbre al tratar de predecir el comportamiento de las prácticas; la lógica lineal ya no aclara dónde están la causa y la consecuencia. Aparece, de forma inesperada, una nueva lógica caracterizada por la imprecisión y que sólo puede ser comprendida en los términos de *las teorías del caos y la complejidad*. La linealidad está incapacitada para explicar fenómenos de naturaleza caótica, donde las condiciones iniciales del sistema no asequibles: qué condiciones son más difíciles de esclarecer que los millones y millones de cerebros esparcidos por todo el globo y reunidos gracias a las redes, todos ellos procesando información y, también, escribiendo. Por lo tanto, la *escritura electrónica* (Sorókina, 2002), por la turbulencia en la que se dan los cambios en la producción y en la construcción del discurso, sólo puede comprenderse —jamás conocerse o predecirse— a partir de los postulados de *la teoría del caos*.

Cambio de estructura: hipertexto e hipermedia

El uso del concepto *hipertexto* resulta difuso. Hoy en día es utilizado casi por cualquier persona y con un sinfín de propósitos; de la misma forma se dice que la *www*³ presenta una estructura hipertextual que se afirma que *Rayuela*, novela de Julio Cortázar, es un hipertexto. ¿Por qué se puede catalogar a una tecnología y a un producto como hipertextual? Por tal motivo, en primer lugar, es necesario esclarecer la distinción entre hipertexto y medio hipertextual.

Cuando el programador computacional Theodor Nelson explicó en 1965 su proyecto llamado *Xanadu*, fue considerado el primer hipertexto. Funcionaba de una forma muy similar a como funciona hoy en día nuestra *world wide web*, donde se podía acceder libremente a un conjunto de textos unidos entre

³ Recordemos que *http* significa Hyper Text Transfer Protocole.

sí gracias a una computadora conectada a otras más. La idea original está atribuida a Vannever Bush, maestro de Nelson, quien trabajaba desde treinta años atrás en la forma de organizar toda la información disponible en el mundo a través del flujo digital de ésta. Por su parte, George Landow, es el primero en hablar de hipertextualidad al editar su libro *El hipertexto* en 1995. A pesar de esto, la nomenclatura no es muy clara, ya que puede aplicarse tanto a un tipo de texto electrónico, una tecnología informática y a un modo de edición. También le asignaba el nombre de *Metatexto*.

Por lo tanto, en un sentido amplio, se le atribuye la hipertextualidad a una forma de distribuir información de manera digital por medio de una computadora conectada a la red. En este sentido, Internet es el medio hipertextual. En la red, todos los contenidos están unidos entre sí y, potencialmente,⁴ se puede acceder a todos ellos a través de cualquier terminal. Gracias a las ligas podemos ir de un nodo-texto a otro con gran facilidad.

El medio hipertextual nace como una tecnología⁵ y, con el paso de los años, deviene en un medio de comunicación. Internet presenta características que lo distinguen de otras formas de comunicación y permite la existencia de dos realidades que se mezclan y conviven. En palabras de Castells, aparece la idea de *virtualidad real*. La era informacional presenta un nuevo tipo de realidad, manifestada en todos los ámbitos culturales, de características virtuales y con códigos nuevos propios. En palabras del autor, la virtualidad se explica por la arbitrariedad entre la realidad y las representaciones simbólicas que hemos creado para definirla (Castells, 1999:406). La nueva realidad alterna de Internet, que se concreta en el *tiempo atemporal* y en el *espacio de los flujos*, emana de las representaciones no físicas en las que se basa el *informacionalismo*. dentro de la *virtualidad real* podemos encontrar desde comunidades virtuales, sin territorio geográfico determinado, hasta personalidades (tal vez personas)⁶ virtuales que sólo existen a través de seres hipermediados en y para la red.

La creación narrativa, como el trabajo, se adecua a estas nuevas posibilidades y no necesita de lugares ni tiempos predeterminados, inflexibles o

⁴ Sólo potencial porque, como es sabido, la mayoría de los accesos a Internet se dan por medio de buscadores y, por lo tanto, los ruteadores dirigen nuestra navegación hacia puntos preseleccionados.

⁵ La tecnología de acercar con velocidad la información.

⁶ Surge el *avatar* como nuestra versión digital que cobra vida al momento de conectarnos.

concretos para efectuarse (Castells, 1999:411). Ciertamente, cabe en este punto mencionar el sustantivo propuesto por de Kerckhove, *webness*⁷ resume la habilidad que la red y sólo la red presenta; con ésta “podías acceder a la memoria del mundo igual que accedías a la tuya” (Kerckhove, 1999:19). Esto gracias a la capacidad que ofrece el contexto informacional para digitalizarlo todo; es decir, en términos de Nicolás Negroponte, hoy en día es sencillo e ineludible convertir toda materia (átomos) en información (bites).

Internet es conocido popularmente como *el medio de medios*. Sin embargo, justo en esta definición puede surgir su primera caracterización. ¿Es, realmente, Internet sólo una caja donde caben todos los medios de comunicación que le preceden? Los experimentos efectuados en las últimas décadas del siglo XX, encabezados por algunos gobiernos, universidades, milicia y empresas particulares ayudaron a concebir a Internet como el nuevo medio masivo de comunicación social. Sin embargo, sólo su maleabilidad para ser utilizado en las necesidades reales y concretas de la población, fue capaz de consolidarlo como una verdadera herramienta de comunicación para reforzar lazos sociales, encontrar información, tener sexo o practicar el fundamentalismo. Actualmente, y parece que esta necesidad se hará más fuerte con el paso de los años, el individuo promedio conectado considera indispensable la creación de su *símil online* que le permita interactuar con su nuevo ambiente.

Castells, esta vez en su libro *La Galaxia Internet*, habla sobre la *comunidad virtual*, como la construcción social redial e inmaterial que el uso intensivo de las NTIC ha dejado por herencia. Esta construcción de ninguna manera implica la desaparición del espacio físico que cotidianamente nos acompaña; de la misma forma que las relaciones que se establecen dentro de él,⁸ no obligan a la anulación de las relaciones físicas tradicionales. En palabras del autor, la decadencia en las relaciones sociales de antaño, no son consecuencias del desarrollo desmedido de la comunicación virtual; parece que sólo ocuparon el hueco que la situación social venía dejando desde tiempo atrás. Entra en crisis la visión de la familia como núcleo de la sociedad y se enfatiza el individualismo.

⁷ También se refiere a *webness* como el vínculo mental de los conectados (conectividad).

⁸ Señala el autor que las relaciones en red se establecen a partir de la selección de miembros con intereses concretos y comunes, incluso a partir de encuentros azarosos. También puede encontrarse como *familia electiva*.

Rápidamente Internet se colmó de servicios que lo volvieron insustituible: buscadores, *chats*, mensajero, correo electrónico, *weblogs*, compra y subasta *online* llenaron los canales de distribución: páginas *web*, sitios, portales. McLuhan (1996:108) sostiene que las tecnologías deben cumplir la función de incrementar el poder y la velocidad,⁹ efectivamente Internet ha podido acelerar y reforzar lo que a otras formas de comunicación le resultaba inverosímil. La *interactividad* ha alcanzado su máxima expresión, entendida como “el enlace físico de la gente o de las industrias basadas en la comunicación” (Kerkhove, 1999:21). Dicho enlace ha permitido, mediante la construcción de redes con intereses comunes, la cooperación y la producción colectiva.

Con la entrada del medio hipertextual al imaginario de la sociedad posmoderna, retoma fuerza el concepto de *multimedia* que, aunque tenía algún tiempo en la agenda de discusión y aparece por primera vez en anteriores medios de comunicación, no había encontrado un medio donde pudiera explotarse toda su capacidad.¹⁰ Este concepto que se refiere a la capacidad que tiene un mensaje para presentar en sí múltiples medios: texto, imagen (fija, video o animación) y sonido (música, efectos, voz), es posible gracias a la *digitalización* de cada uno de ellos. El *multimedia*, también es definido por autores como Kress y van Leeuwen, retomados por Rodney Williamson, como *multimodalidad*; por su parte, Sorókina prefiere hablar de *mensajes de diversas semiósis*¹¹ La televisión, el teatro y el cine son ejemplos de esta condición; sin embargo, la computadora personal tiene la capacidad de producir y reproducir cualquier *medio-modo-semiósisis* con una destreza que ningún otro *hardware* había mostrado.

Al regresar a la pregunta sobre Internet como *medio de medios*, efectivamente, desde una perspectiva, la red puede pensarse como el punto donde coinciden otros medios. Empero, partiendo de otra alternativa, sus potenciales pueden dotarlo de la capacidad de no sólo repetir los símbolos, códigos y mensajes de sus predecesores, sino que puede encontrarse con un sinfín de posibilidades discursivas que lo vuelven único, tal vez irrepetible.

⁹ Continúa: “Y, de no proporcionar dichos incrementos de poder y velocidad, no se daría ninguna extensión nueva del hombre; y, aunque se diera, sería descartada”.

¹⁰ Sin embargo, el multimedia en Internet se ve limitado por deficiencias de infraestructura: conexiones lentas, y equipos mal acondicionados.

¹¹ Aun que cada uno le da sus respectivos bemoles y no podemos hablar de sinónimos.

El medio hipertextual emerge como un medio nuevo con características propias. Según Castells, los objetivos se encaminan hacia la comunicación (y no hacia el entretenimiento) orientada, principalmente, a un fin común y la creación colectiva. Presenta lógica y lenguaje propios que le dan nuevo sentido a todos sus componentes. En suma, la capacidad multimedia del Internet no es la simple adición de los *media* que lo integran, esa composición genera una nueva significación que depende de la existencia de todos y cada uno de sus elementos; si uno llega a faltar, el mensaje será completamente distinto y las más de las veces, irrepetible.¹²

La organización en el medio hipertextual obedece a la estructuración de nodos informativos de manera no lineal, donde el usuario puede obtener la información que considera necesaria para ese momento específico de su búsqueda, por medio de relaciones lógicas, semánticas o asociativas (Sorókina, 2002:81), porque todas las unidades de información se encuentran a la misma distancia potencial entre sí; en este sentido, la hipertextualidad sólo puede presentarse en el medio electrónico, ya que en el medio impreso o físico (revista, periódico, libro, programa) existe una linealidad que obliga a acomodar los nodos con trayectos diversos entre ellos: no existe la misma distancia entre el capítulo uno y dos de un libro que la existente entre el capítulo uno y trece. Explica Sorókina que, la idea generalizada de imaginar al medio hipertextual como una red, no es la más adecuada ya que en una estructura reticular, no todos los nodos son equidistantes. Así, la única manera de materializar, en una forma física, a la hipertextualidad tendría que ser mediante una estructura esférica en cuatro dimensiones que cambie la posición de sus componente a través del tiempo y que permita que el siguiente nodo a explorar se coloque justo delante del anterior.

El *link* o vínculo es la unión virtual, móvil y relativa a ese momento en que un nodo consigue encontrarse con otro. Así, Castells habla de *Mi hipertexto* y no de *El hipertexto*, como la experiencia de convivir con el medio hipertextual que el individuo tiene cada vez que se conecta y decide dejarse llevar adonde la red lo traslade (Castells, 2002:229).

Internet, finalmente, representa un cambio en concepción de la formación: la educación ya no es más enseñar; favorecido en gran medida por la

¹² Si representamos a cada uno de los medios con letras, de forma algebraica: a-b-c≠abc; es a-b-c=d. O bien, abc/c≠ab; d/c=e.

hipertextualidad, hoy es enseñar a aprender. Gracias a que en la red existe una cantidad casi infinita de información, todo aquél que así lo desee, puede acceder a las ideas vertidas por personas de todo el mundo de casi todos los tiempos.¹³

El *hardware* en el que se basa el medio hipertextual, se vuelve una herramienta insustituible en el ejercicio de aprender. La información y los discursos que de aquí emerjan, no estarán necesariamente subordinados a las creencias y saberes de un profesor o un pequeño grupo de ellos. Por el contrario, el usuario tiene la posibilidad —tal vez la obligación— de escuchar cualquier cantidad de voces y esa decisión sólo la puede tomar el usuario a partir de las necesidades que se construyan dentro de la búsqueda y que, por ende, se vuelven relativas a las condiciones (tiempo y espacio) de esa exploración en específico. La computadora es un vehículo que facilita la investigación que sólo una mente adiestrada puede imaginar.

De esta manera, autores como Sorókina establecen una relación entre la hipertextualidad y la mente humana. En primer lugar, la autora hace referencia a que “la información (*software*) es autónoma de lo que puede llamarse *cerebro* computacional (*hardware*)”. En segundo lugar, como se ha visto, la organización de contenidos-textos dentro del medio hipertextual es muy similar a la forma en que establecemos las relaciones entre las ideas que articulamos en nuestra mente cada vez que consultamos esta basta fuente de información interna (Sorókina, 2002:80). Al recordar la terminología de Marshall McLuhan, el medio hipertextual, extiende la capacidad mental del ser humano.

Internet presenta características hipertextuales cuando analizamos su estructura general, la forma en que están organizados los nodos y cómo llegamos a ellos a partir de los *clícks*. Sin embargo, no todo lo que se encuentra en el medio hipertextual, por añadidura, tiene que ser hipertextual. Cada uno de los nodos que conforman el vasto espacio cibernético, al tener autores, lectores y finalidades diversas, se comporta de formas muy variadas, entre ellas se manifiestan algunas con particularidades hipertextuales; es decir, textos en concreto organizados de forma no lineal, que pueden considerarse hipertextos. Por lo tanto, el hipertexto es también la unidad discursiva “material”, “concreta”,¹⁴ elaborada a

¹³ Parte de ese *enseñar a aprender* consiste en distinguir la información pertinente de la información chatarra.

¹⁴ El entrecomillado sirve para aclarar que en sentido estricto no es material puesto que es digital y en el caso de concreto, es realmente relativo porque la lectura se construye en ese lugar y momento específico y difícilmente se puede repetir.

partir de nodos y enlaces dispuestos en orden no lineal y sin un principio ni fin determinados que, después de su lectura, cobrarán linealidad. Similar al medio hipertextual pero en pequeña escala.

La relación entre el medio hipertextual y el hipertexto es de similitud pero jamás de identidad. Cuando Benoit Mandelbrot presentó el concepto de fractales, se refería a figuras autosimilares; es decir, objetos que conservan su forma original sin importar las veces que éste se cambie de escala. Un ejemplo gráfico y cotidiano son las muñecas rusas *matryoshkas*, incluso la muñeca más pequeña tiene las mismas características de las demás. Obtenemos, de igual forma, una estructura fractal si ponemos una cámara de video frente al monitor que reproduce lo que la primera graba: nuestro objetivo se repetirá cada vez más pequeño en una cadena casi interminable.¹⁵ La estructura interna de un hipertexto es similar a la estructura organizativa del medio hipertextual, pero con menor tamaño; como si fuera un fractal donde la fragmentación del discurso en pequeños bloques informativos, son la constante a través de la navegación sin importar la profundidad de ésta.

Es decir, puede haber textos e hipertexto en el medio hipertextual. Por ejemplo, la versión electrónica del periódico *La Jornada*,¹⁶ se encuentra en Internet y, por lo tanto, es un nodo más que forma parte de la cadena hipertextual interminable de la www. Sin embargo, en su interior, toda la información escrita es lineal (idéntica a la que se presenta en la versión impresa); de tal suerte que no podemos decir que está formada por hipertextos, sino por textos digitalizados. Por su parte, páginas electrónicas como la de José Antonio Millán,¹⁷ filólogo español que trabaja principalmente sobre los temas de escritura y nuevas tecnologías, además de formar parte del medio hipertextual por tener un dominio que se traduce en una puerta de acceso desde el Internet, organiza la información que presenta de forma hipertextual. De hecho, la mayoría de los productores de contenidos para la red, ven en la hipertextualidad el requisito que el medio imprime. A pesar de esto, pocas veces se convierte en una inquietud por experimentar al hipertexto como una fuente de nueva significación. El hipertexto entonces,

¹⁵ Debemos recordar que en casos tan concretos y cotidianos como los anteriores, la autosimilitud tiene un límite ocasionado por impedimentos físicos: llega un momento en que no se puede elaborar una muñeca más pequeña y aún no tenemos monitores muy grandes.

¹⁶ <http://www.jornada.unam.mx>.

¹⁷ <http://jamillan.com/>.

abre un abanico de posibilidades al lector. Incluso, a diferencia del texto tradicional, su participación es tan activa que la misma construcción del discurso es responsabilidad del que lee y no exclusivamente del que escribe.

El *prosumidor*¹⁸ toma decisiones que generan significados, de forma muy similar a los libros para niños que ofrecen opciones al final de cada capítulo y que, según el camino que decida seguir, puede llevar a distintos finales para una misma historia. Existen muchas veredas listas para ser exploradas y, las más de las veces, estas decisiones determinan el éxito de la experiencia.

Lo descrito es muy similar a lo que establece el *efecto mariposa*, teoría desarrollada por Edward N. Lorenz.¹⁹ En éste se postula la idea de que la mínima alteración en las condiciones iniciales de un fenómeno, pueden afectar la vulnerable estabilidad del sistema. Huelga decir, en la famosa metáfora de la mariposa aleteando sobre los Andes, no significa que el aleteo causa directamente la tormenta en Montana, sólo se demuestra que es una consecuencia más del pequeño cambio que se presentó en un contexto caótico.

Esta relación intrínseca entre los elementos de cualquier sistema, también es conocida como *dependencia sensible*.²⁰ Esto se debe a que el efecto no queda determinado por la simple relación entre la cantidad de energía ocupada en el aleteo y la de la tormenta, sino a la compleja relación de todos los factores en la tierra. Cuando no hay vinculación directa entre causa y efecto, se dice que es una relación no lineal (Braun, 2003). Si un estudiante de primaria, armado con transportador en mano, mueve un grado la inclinación de la línea al momento de graficar, esta pequeña variación al inicio del procedimiento, no puede afectar más allá de cinco centímetros. Sin embargo, ese insignificante grado de diferencia, traducido a los millones de kilómetros o años luz con los que trabaja un astrónomo, puede significar la desaparición de un cuerpo espacial y, por añadidura, un fracaso rotundo. En otras palabras, las variaciones que provoca una decisión que toma un lector, en un sistema tan caótico como la estructura de un hipertexto, pueden provocar los

¹⁸ Kerckhove (1999:43) recurre a un comentario irónico de McLuhan cuando mencionó que “el lector es el contenido” aludiendo a la importancia de los lectores en la construcción del sentido de un discurso.

¹⁹ En www.cmp.caltech.edu/~mcc/chaos_new/Lorenz.html, se puede encontrar más sobre los experimentos de este autor.

²⁰ Por perder un clavo, el caballo perdió la herradura, el jinete perdió al caballo, el jinete no combatió, la batalla se perdió, y con ella perdimos el reino.

resultados más inesperados, y no hay forma de saber dónde terminará la navegación con exactitud, ni tampoco lo que el consumidor entendió después de la consulta.

La interactividad genera el discurso. Las relaciones lógicas, semánticas y asociativas que el lector ponga a funcionar al momento de estructurar *su hipertexto*, son la clave para dar forma al texto lineal que resulta. Asimismo, la multimedia también tiene cabida en la hipertextualidad ¿qué sucede si en lugar de texto existe otro medio en el hipertexto? Resulta el hipermedia que no es más que la unión del hipertexto con el multimedia; es decir, un producto fragmentado, no lineal, carente de un significado discursivo fijo que nace a partir de la conjugación de texto, imagen y sonido en cualquiera de sus presentaciones. La aparición de estos productos en la red, llevan a pensar en el surgimiento del medio hipermedia.²¹ Nuevamente se trata de un modelo de organización del contenido, esta vez se refiere a la forma de estructurar los mensajes construidos a partir de la combinación de distintas semiósis; situación que sólo existe potencialmente en el medio electrónico pues, aunque el multimedia se presenta, como ya se dijo, en el cine, la televisión y el teatro, es imposible pensar en la no linealidad en estos medios de comunicación ya que el público jamás podrá tomar decisiones activamente en la elaboración de los discursos.

Emergencia de nuevas prácticas: literatura digital y periodismo electrónico

¿Será que tenemos la escritura que merecemos? La sociedad no puede ser entendida sin esclarecer la relación que establece con las tecnologías desarrolladas. Herencia y consecuencia del hombre, la tecnología se encuentra en todos los ámbitos de la actividad humana. En este sentido, claro que tenemos la escritura que merecemos porque ésta, como extensión de la capacidad de expresión intelectual y emocional del hombre, se encuentra tan adelante como el hombre la ha colocado.

Con el exponencial desarrollo del medio hipertextual, han emergido nuevas variables que modifican la fórmula clásica de emisor-mensaje-receptor.

²¹ Aunque la terminología no es clara: medio hipermedia, hipermediático, hipermedial...

Internet, como medio de comunicación, ofrece un número inimaginable de posibilidades que, en efecto, alteran las características de estos tres actores (E-M-R). Principalmente, la actitud que toma el receptor —lector— frente a su texto, dista mucho de la forma pasiva que, aparentemente, se venía dando desde tiempos inmemorables. Esto ocasiona una redefinición en los mensajes y, por añadidura, implica la aparición de un nuevo creador —escritor— que, al entender el contexto en el que se encuentra, reformule su práctica con el fin de dar vida a productos adaptados al medio en que se generan.

Tradicionalmente, casi con la llegada de la modernidad, la materialización del discurso escrito se daba en libros y, posteriormente, en periódicos que obedecen a los cánones de linealidad. De esta forma, escribir en estos formatos se legitimó como una práctica hegemónica, sinónimo de prestigio y, las más de las veces, valor. No obstante, actualmente, en la era digital, las prácticas escritas narrativas en los campos literario y periodístico, se encuentran en un periodo de reconstrucción que modificará de tajo todas sus variables. El *link* y la profundidad reemplazan al *scroll* y la longitud que parecen herederas de la tradición impresa

Literatura e Internet

La literatura ha experimentado a lo largo de su historia un poco más con la ruptura del paradigma moderno. Es decir, por una parte, la tendencia a contar historias de forma cronológica casi característica obligatoria en los albores de la literatura; por otra parte, la aparición del autor único como creador y artista que se manifiesta desde el siglo XII cuando Giotto firma por primera vez sus pinturas. Por tal motivo, no le parecen tan ajenas aquellas transformaciones que ha de sufrir después de la llegada del Internet.

Muchas veces hemos visto novelas que describen sin un orden cronológico e incluso algunas que parecen olvidarse por completo del tiempo. En el caso de la ficción, la fragmentación se convierte en un recurso narrativo que imprime fuerza al relato.

La distribución (y la respectiva creación) de las novelas digitalizadas, la venta por Internet, páginas personales de literatos, incluso de casas editoriales, son afectaciones que ha impreso Internet a la literatura, pero sólo en su

forma. Lo que aquí y ahora resulta interesante es saber el estado del discurso literario en el contexto de las NTIC.

En primer lugar, aparecen obras que pueden ser llamadas las *novelas para red* que son productos pensados y desarrollados para exhibirse exclusivamente en el medio hipertextual. Esto no significa que su estructura sea la de un hipertexto; por el contrario, generalmente son lineales y se comportan de forma muy similar a lo que José Manuel de Pablos²² define como *libroweb*: “Texto de considerable cantidad de caracteres, solo o con complementos mediáticos, aconsejablemente integrado por varios ficheros enlazados” (2001:264).

El tamaño es muy limitado, exigencia *sine qua non* del medio hipertextual, aproximadamente con el mismo número de *páginas* que presenta una *nouvelle*, *noveleta* o *novela corta*. Aunque, por lo regular, se acompaña con un índice interactivo que permite navegar con mayor facilidad a través del relato. Una *novela para red* que goza de popularidad es *Cecilia*, escrita por Xavier Velasco y disponible en su sitio personal *full moon tonic*.²³ Aunque nace como un texto para ser leído *offline*, incluso tuvo un pequeño tiraje en la editorial AA, su segunda edición está pensada como una *novela online* puesta en un *libro virtual* que, por medio de un mecanismo de ventanas que se desplazan como hojas de papel, permite la lectura.

Paralelamente, con la misma estructura lineal, aparece la *novela multimedia*. El texto es complementado con otras formas de significación con el fin de provocar nuevas sensaciones en el lector de la narración. En 2003, Doménico Chiappe y Andreas Meier, escritores radicados en Venezuela, coordinan el proyecto llamado *Tierra de extracción*, producto de corte multimedia, que se encuentra disponible en un CD-Rom y en la red,²⁴ donde “la historia se narra a través de la literatura, la música, la pintura, la fotografía y la programación”.²⁵ La conjugación de estos *media* dan un nuevo sentido a la obra que, sin éstos, no sería lo mismo.

Asimismo, aparece la *narrativa hipertextual* compuesta por relatos no lineales que conectan nodos narrativos (lo equivalente a capítulos en el medio impreso) a través de ligas inmersas a lo largo del texto. La cantidad y variedad

²² Doctor, catedrático de Periodismo en la Universidad de Lagunas (Canarias).

²³ <http://www.fullmoontonic.com/ficcionario/index.html#>.

²⁴ Aunque las limitantes infraestructurales la vuelven casi inaccesible en este formato.

²⁵ <http://trama.org.ve/chiappe/terra/index.html>.

de los *links*, limitan o amplían el tamaño del hipertexto y, por ende, del relato. El mexicano Blas Valdez ha escrito una ficción de corte hipertextual llamada *Dolor y viceversa*, donde un menú inicial con doce posibles entradas, nos llevan a conocer el destino *no final* de una sencilla anécdota.²⁶ En las ficciones hipertextuales, es frecuente que los nodos adheridos al relato no son necesariamente textuales, se habla entonces de literatura hipermedia.²⁷

Las novelas colectivas,²⁸ por su parte, surgen como la forma más avanzada de escritura de creación en red: la cooperación. Se estructuran de forma hipertextual, donde uno o varios nodos pueden ser escritos por distintos autores, el resultado (la suma de ficciones) toma caminos insospechados y no impone una secuencia de lectura predeterminada. Incluso, se puede acceder a ellas (como lector o como escritor) varias veces y siempre encontrar senderos nuevos. En la página *En capítulos*, se encuentran alojadas varias ficciones listas para ser continuadas por aquél que se atreva a hacerlo; incluso se pueden encontrar narraciones de varios géneros: terror, romance, policial y ciencia-ficción.²⁹ También se pueden encontrar estos productos con el nombre de *cibernovela*.

Sin embargo, existe otra relación entre literatura e hipertextualidad: efectivamente, la literatura venía jugando desde hace algún tiempo con la fragmentación y la no linealidad; sin embargo, sólo en Internet puede consumarse esta realidad. *Pedro Páramo* y *La feria*,³⁰ yo propongo *El vuelo de la reina*³¹ y *La muerte de Miguel Pruneda*,³² son novelas en esencia hipertextuales (con discontinuidad narrativa, heterogeneidad temática y estilística) (Sorókina, 2001:326); sin embargo, al estar inmersas en la dictadura del libro impreso, toman forma de linealidad anacrónica.

²⁶ <http://www.blasvaldez.com/dolor/t/index.html>.

²⁷ Bruno de Vecchi, investigador y docente de la UAM-Xochimilco, trabaja en hipertextos donde los nodos son imágenes *linkeadas*.

²⁸ Queda aún la duda sobre si esta práctica puede considerarse literaria ya que no cumple con una de las principales características de la definición tradición de literatura: se suprime al autor.

²⁹ <http://www.encapitulos.com/>.

³⁰ Tatiana Sorókina hace un análisis de ambas obras en su artículo *De la tecnología literaria impresa a la tecnología literaria electrónica*. Sin embargo, hay otras novelas que cumplen con estas características.

³¹ Premio Alfaguara de novela 2002, escrita por Tomás Eloy Martínez.

³² Del autor regiomontano David Toscana, publicada en 2002.

Estos hipertextos físicos, si fueran digitalizados, adoptarían una nueva estructura, donde cada capítulo sería un nodo y cada lector podría ir armando la historia a partir de la creación de vínculos afines a su interés. La principal diferencia entre la tecnología impresa y la electrónica —en el terreno literario— es la actitud que toma el lector frente al texto, la interactividad se vuelve una necesidad narrativa, no sólo una posibilidad del nuevo medio. El discurso literario se enriquece con la interpretación porque, en este caso concreto, el autor no pretende imponer un discurso único y cerrado; cada lectura del hipertexto traerá consigo una nueva forma de aprehender el mensaje que nace objetivo, pero se desprende en un mar de subjetividades. A este tipo de textos les llamo *interpretaciones hipertextuales*.

Cuando Castells dice que sólo existe *mi* hipertexto y, como es conocido, cada lectura de éstos termina en un texto lineal, es decir, en un hipertexto los nodos están dispuestos potencialmente sin orden precedente, pueden ser, por ejemplo: 12, 6, 8, 11, 2, 1, 5... pero que, si los leemos de esta forma, se construye una linealidad: 12→6→8→11→2→1→5. La estructura sin forma que existía en un espacio no físico como el de una computadora o la mente humana, ha sido interpretada y materializada en un discurso lineal. En otras palabras, el autor escoge una ruta en *su* hipertexto y nos la presenta como un texto. En el ejemplo de *El vuelo de la reina*, la novela inicia con el trabajo y la vida adulta de Camargo, el protagonista, justo cuando conoce a Reina; más adelante, conocemos su infancia, su primer matrimonio, la segunda etapa de su primer matrimonio, de tal forma que cada capítulo puede comportarse como un nodo independiente pero vinculado. El resultado final, la novela tal como está impresa, es la linealidad que Tomás Eloy Martínez obtuvo después de recorrer su hipertexto y que nos presenta como un orden anacrónico que muestra un significado que ese acomodo y sólo ese acomodo puede dar.

Ciberperiodismo

Desde hace algún tiempo, el periodismo en su forma tradicional (impresa y matutina) se ha visto amenazado por la aparición de medios masivos de comunicación que, apoyados en la velocidad de la electrónica, han puesto en duda el valor informativo del periodismo. Para contrarrestar esta amenazante condición, los periodistas alrededor del orbe se han visto en la necesidad de

repensar las condiciones en que se desarrolla su profesión y, principalmente, incorporar a su práctica el uso de las tecnologías que parecía, tarde o temprano, terminarían por desplazarlos al olvido. Reza un viejo refrán: si no puedes con el enemigo, mejor únete.

El historiador Roger Chartier señala que la etapa en que actualmente se encuentra el periodismo, su paso del impreso a la pantalla sólo es equiparable con otros dos momentos históricos: el paso del rollo al códice y el surgimiento de la imprenta gutenbergiana.³³ Sin embargo, con una gran diferencia que maximiza el aquí y el ahora: las modificaciones paradigmáticas, que preceden a la cibernética, no afectan sustancialmente el contenido del acto de escribir, se limitan a modernizar el proceso de producción y de distribución. No obstante, el periodismo que llegó hasta la pantalla, se ve obligado a modificar la construcción del discurso y, por ende, el(los) sentido(s) de los productos informativos.

A partir de esta reestructuración aparecen varias categorías que pretenden dar nombre y forma al periodismo de la era digital. Así, Javier Díaz Noci, investigador de la Universidad del País Vasco y uno de los más prestigiados teóricos en la materia del mundo iberoamericano, introduce el concepto de *periodismo electrónico* como el más utilizado entre los países de habla hispana y lo define de la siguiente manera:

Los productos informativos periodísticos, dedicados a la información de actualidad elaborada y servida según las reglas del oficio de periodistas y generalmente por las empresas que han hecho de ello su principal negocio, que se colocan en Internet o en otras redes telemáticas [Díaz, 2000:43].

Esta definición resulta insuficiente para mencionar todas las características que el periodismo ha adoptado con su entrada al medio hipertextual. De hecho, al calificarlo de *electrónico*, se refiere básicamente a los cambios de forma que se expusieron líneas atrás, es decir, el uso de nuevas tecnologías en el mismo proceso de producción y no como herramientas generadoras o modificadoras del discurso. Así, se puede concluir, que el *periodismo electrónico* sólo se refiere a la práctica tradicional incrementada en velocidad y poder, con tecnologías electrónicas que agilizan los procesos mecánicos. Pero no se alcanza a ver una diferencia sustancial.

³³ Chartier (1996); versión electrónica.

Gracias a estas semiadecuaciones al medio hipertextual, surgen las llamadas *calcas electrónicas*. Se refieren a aquellos productos periodísticos que se encuentran digitalizados para algún soporte *offline* o en Internet y que están producidos y armados completamente con las características y limitantes del lenguaje tradicional del periódico impreso, es decir, lineales y sólo textuales. La mayoría de estos sitios es la versión electrónica de una publicación impresa; aunque, desafortunadamente, otros más son hechos exclusivamente para ser publicados en Internet, sin tener en cuenta las formas que permite y exige el nuevo medio. Son resultado de la falta de conocimiento sobre las posibilidades del nuevo medio y poco a poco van desapareciendo.

Sin embargo, el mercado sigue abierto porque existen muchos consumidores que están ávidos de estas páginas: generalmente son usuarios principiantes o acostumbrados a leer en papel y no exigen ningún tratamiento especial porque sencillamente no les interesa. Ellos sólo buscan la misma calidad de información que podrían encontrar en el puesto de revistas.

Para caracterizar productos adecuados al medio hipertextual de manera correcta, Díaz Noci enuncia —pero no la utiliza— la categoría de *ciberperiodismo*. En este caso, al hacer referencia al término *cibernético*, la profundización en las características que estos productos deben tener, es más extensa y hace pensar en cambios de fondo, que es lo que interesa en esta investigación.

La primera característica tiene que ver con su alcance global y segmentado. Es decir, por una parte, la adquisición de cualquiera de estos productos puede lograrse desde cualquier parte del mundo, siempre y cuando el usuario tenga acceso a Internet. De esta forma, el lector se constituye como un nodo más dentro del espacio hipertextual ya que la prensa *online* se difunde sin límites geográficos definidos, consigue tocar y alterar a todo aquello que sus infinitos brazos deseen tomar para estar en contacto, la universalidad en contenidos y funciones permite el génesis de un aprendizaje y crecimiento nunca antes visto.

La distancia física ya no es un pretexto para estar desinformado. Si un joven colombiano consigue una beca para estudiar embriología en Bristol, puede fácilmente acceder al periódico local de Antioquia y enterarse que llovió por dos horas en Medellín o que asaltaron a alguien en una calle oscura de San Sebastián de Mariquita. Por su parte, un investigador australiano que trabaja sobre suplementos culturales tiene al alcance de su mano un sinfín de publicaciones con tan sólo unos *clicks*. La oferta en Internet de diarios y revistas

es casi infinita. El *ciberperiodismo* nos permite estar en cualquier parte del mundo, sin dejar nuestro asiento.

En segundo lugar, aunque parezca contradictorio, la práctica cibernética del periodismo atiende a poblaciones segmentadas. Al comprar un diario impreso, el consumidor adquiere mucha información que no requiere ni desea; sin embargo, la flexibilidad en los contenidos digitales, permite que los bloques de información que el lector escoge sean muy específicos y exclusivamente relacionados con los intereses que éste haya mostrado.

La creación de audiencias diferenciadas que consuman productos específicos en condiciones perfectamente controladas, es una tendencia generalizada en la mayor parte de los medios de comunicación. Por ejemplo Mtv, el canal televisivo musical más importante del mundo, además de transmitir para el mercado usamericano, produce MTVLA, MTV Europa, MTV Japón e, incluso, ahora emite Mtv Jams, exclusivo para la comunidad afroamericana. Esta estrategia trae como consecuencia una penetración en el mercado mundial, al mismo tiempo que se satisfacen las necesidades locales o individuales. La empresa mediática informacional debe ser global en objetivos aunque local en usuarios.

El mismo consumidor, en su rutina cibernética, construye pistas sobre la información que le interesa y, muy probablemente, esté pensando consumir. La interactividad es una forma de conocer al cliente. Las encuestas en línea, foros de discusión y los *chats* son herramientas que, al mismo tiempo que favorecen la profundidad en la información, sirven como un indicador sobre los hábitos de consumo.

Con relación a la profundidad de la información, Internet es el mejor medio para potencializar esta habilidad. Esto se debe a las características del medio hipertextual que es muy rápido y donde es sencillo acceder a otro nodo que aporte más datos sobre el tema de interés. Gracias a que los bites con lo que se elaboran estos productos, no representan un costo significativo, frecuentemente se encuentra más información en una versión digital que en la impresa, debido a problemas de espacio o de recursos. Al respecto, Lizy Navarro, periodista e investigadora, señala:

Cerca del 90 por ciento de las noticias que llegan a las redacciones no se publican en el periódico impreso. Con las posibilidades que ofrece Internet en cuanto a la capacidad de transmisión, ninguna información quedaría sin difundir [Islas, 2002:95].

Al hablar de información en Internet, no se debe olvidar que no sólo se trata de texto. El multimedia puede encontrarse casi en cualquier página de periódico o revista en la red. Es casi obligatorio que dentro de los sitios especializados en la información periodística, se encuentre —además de fotografía y cartones que satisfacían las necesidades visuales desde la etapa impresa del periodismo— un amplio abanico de *medias* que complementan el relato periodístico.

En los últimos años, se han popularizado las animaciones, la mayor parte con publicidad, que acompañan al lector durante toda su búsqueda. Son comunes las entrevistas en video que se pueden descargar, están disponibles durante algún tiempo y después pasan a formar parte de la base de datos del diario que las produjo. Sin embargo, esta opción se ve seriamente disminuida por las deficiencias de infraestructura y, primordialmente, por la baja calidad (escaso ancho de banda) en la conexión de la mayoría de los usuarios. El exceso en la parafernalia del diseño, generalmente realizado para suplantar la información que carece de calidad, se traduce en los llamados *floreros virtuales*: muy útiles para adornar pero poco significativos. Se ve favorecida la cultura del *kitsch* que, en términos de Abraham Moles, se refiere a aquello poco original y que, de forma exclusiva, cumple funciones de ornamento (Moles, 1973).

Más allá de las modificaciones de forma, es indudable que el cambio más radical que sufrió el periodismo al entrar al medio hipertextual se encuentra en la forma de relacionarse con la noción de temporalidad. En primer lugar, la prensa tradicional, estaba acostumbrada a tener todo un día para preparar una edición, de ahí el nombre que reciben los periódicos de papel: *diarios*, por la regularidad con que salían a la venta. Sin embargo, la versión digital ofrece la opción de actualizarse en el momento en que se desee, sin la necesidad de esperar al día siguiente. En referencia con esta destreza que, por supuesto, implica nuevas destrezas en el escritor, Ignacio Ramonet ha propuesto cambiar el nombre de periodista por el de *instantaneísta*.³⁴ Por su parte, José Manuel de Pablos, prefiere romper con la acepción de tiempo que implica el periódico, al hablar del *periódico* para definir el periodismo de la era telemática. Incluso va más allá y sentencia que la *prensa digital* es absurdo, pues la prensa es el paradigma de lo analógico, de ahí lo incomprensible de aplicarle el calificativo de digital (Pablos, 2001:265). El paradigma del periodismo tradicional se

³⁴ Ramonet (2004); versión electrónica.

rompió justo cuando fue posible modificar el contenido de un producto noticioso en el momento que fuera necesario. No obstante, la terminología se sigue usando casi en un afán metafórico o nostálgico.

Sin embargo, existe otro rompimiento respecto del tiempo en la información digital. Así como el primero se refiere a la fragmentación de la temporalidad a su expresión mínima, el segundo rompimiento paradigmático se refiere a la eternidad del tiempo en el ciberespacio. Un nodo periodístico puede permanecer almacenado en la memoria virtual por el tiempo que sea necesario, teóricamente puede estar disponible para siempre. La digitalización del contenido, es decir, la capacidad para reducirlo a su mínima expresión significativa, facilita su almacenamiento y distribución; de tal forma que con una cantidad mínima de recursos dispuestos, es posible que la información sea usada infinitamente.

Por su parte, también es posible hablar sobre los cambios en la función del escritor. Incluso, esta palabra entendida en su relación exclusivamente con la escritura, tendrá que ser modificada, ya que dentro de sus nuevas funciones están las de coordinar varias formas semióticas que distingan su profesión de la del hombre de letras tradicional. Para reforzar esta idea, Antonio del Rivero, editor del *Ciberzine Clon*,³⁵ pondera la interdisciplina sobre la multidisciplina; es decir, la constante en los productos periodísticos será involucrar a la mayor cantidad de especialistas posibles. Programadores, redactores, correctores, fotógrafos, animadores, diseñadores, editores, reporteros, dibujantes, músicos y demás disciplinas, convergen con un fin común. El trabajo en equipo rebasa la visión de antaño de la obra de autor; del Rivero apunta:

En este caso hay como una alianza de egos, todos colaboran hacia un principio que es el de producir un objeto multimedia y ahí se diluyen los egos porque es un trabajo más colaborativo, más integrado... a mí me parece más orgánico. Y no es que se pierda el sentido del autor, se gana el del autor colectivo.³⁶

La obra común que surge gracias a la distribución del trabajo de la era digital, posee un significado muy especial. Es un producto que habla de las capacidades de un grupo de personas trabajando en un solo objetivo, que únicamente es posible debido a esa convergencia. De la misma forma que un

³⁵ <http://clon.uam.mx/>.

³⁶ Entrevista realizada por Alfonso Sánchez Vences, 7 de febrero de 2005.

mensaje multimedia no es la simple adición de sus partes, el trabajo cibernético en equipo no es la simple suma de las creaciones aisladas. Por el contrario, solamente esa conjunción en específico, es capaz de producir ese mensaje en específico, puesto que cada uno pone algo de sí mismo, lo que lo convierte en una obra única, irrepetible.

Para finalizar, es importante abordar la relación que existe entre el *ciber-periodismo* y la hipertextualidad. Como ya se dijo en una primera instancia, los productos informativos de la era digital se encuentran —en gran medida— dentro del medio hipertextual, ocupando un lugar significativo como un nodo más listo para ser abordado y vinculado. En segundo lugar, a diferencia de la narrativa literaria hipertextual, el periodismo no lineal, no se materializa en productos concretos de autor; por el contrario, la hipertextualidad se presenta justo al momento de crear productos informativos lineales. Es decir, el periodista organiza su discurso (que está en la mente de forma hipertextual) gracias al traslado por los nodos cibernéticos del medio hipertextual (con la misma estructura no lineal), lo que, a su vez, se traduce en el enriquecimiento de la calidad informativa por la cantidad de fuentes consultables.³⁷ El escritor construye una noticia basándose en las relaciones lógicas, semánticas y asociativas que consigue articular en Internet, situación inimaginable con las condiciones lineales del periodismo impreso. Al combinar textos, entrevistas, declaraciones, fotografías, cartones, gráficas, animaciones e ilustraciones, el periodismo cibernético está más vinculado con la noción de hipermedia que cualquier otra expresión discursiva contemporánea.

A manera de conclusión

Las prácticas escritas derivadas del uso de las NTIC en los *campos* de la narrativa literaria y periodística, no constituyen actualmente más que *prácticas* aisladas efectuadas por algunos cuantos *agentes* y aún menos *agencias*.³⁸ Por otra parte, los cambios generados por el uso de las NTIC en los modelos de producción de

³⁷ Sin dejar de lado que no toda la información que está en Internet es de buena calidad. Determinar la pertinencia de una fuente en red es una nueva tarea del periodista de la era electrónica.

³⁸ En términos del sociólogo francés Pierre Bourdieu.

la narrativa, son procesos caóticos, turbulentos, lejanos al equilibrio y poco predecibles. Por lo tanto, todas las afirmaciones que se establezcan en la dinámica difusa del *contexto digital* que, a su vez, está subordinada al errático e indeterminable comportamiento de los millones de personas que tienen una vida alterna en el *espacio de los flujos*, deben tomarse con las debidas reservas que el caso amerita. No olvidar que sólo las aproximaciones son posibles y la incertidumbre será una constante a lo largo de este proceso que, si por algo se caracteriza, es por la no linealidad.

Pronto terminará la etapa de desconcierto donde no se sabe cuáles son las características de los productos para el medio hipertextual. Actualmente, los estudiosos y productores de la narrativa literaria todavía se encuentran en una lucha sobre si la aparición de la literatura *web* implica la desaparición de la literatura tradicional, cuando es sabido que un nuevo medio convive con su antecesor porque cumple con funciones distintas y posee características diversas que los vuelven únicos e irremplazables.

Además, la literatura digitalizada tiene una gran desventaja sobre su símil impreso: el *hardware*. En otras palabras, el soporte de la literatura tradicional, el libro, resulta mucho más maleable, ligero y barato que los soportes electrónicos como son las computadoras personales o PDA. Asimismo, para hacer clara la distinción, la literatura digital queda en manos de artistas pertenecientes, en su gran mayoría, a otra rama del arte posmoderno, el *netart*. Así, pocos literatos son los que deciden adentrarse a explorar ambas posibilidades; el grueso de los agentes literarios, permanecerán fieles a su labor, con lo cual se garantiza la vida de la literatura impresa.

Por su parte, el futuro de la narrativa *ciberperiodística* se orienta hacia la desaparición de las versiones digitales de periódicos impresos y se vislumbra la emergencia de grandes proveedores de noticias fragmentadas que van a satisfacer las necesidades informativas de consumidores individuales con intereses muy concretos. Se anuncia la desaparición de las publicaciones diarias que abarcan todos los temas que se suscitan: deportes, espectáculos, política, economía, internacionales, cultura.

Para ambas prácticas narrativas, muchas particularidades de la insipiente producción digital especializada, irán adecuándose paulatinamente al medio hipertextual con el fin de explorar sus potenciales al máximo. Por ejemplo, se vaticina el fin de las *calcas electrónicas* para dar paso a productos hipertextuales,

multimedia, hipermedia e interactivos. Es un error muy común confundir un requisito del nuevo medio con una innovación discursiva: Internet al no tener hojas de papel de las cuales asirse para avanzar en la lectura, necesita de botones que trasladen al usuario por el contenido; pero esto no quiere decir que la hipertextualidad o que la interactividad se estén llevando a cabo.

La mayoría de los productos en red, son simples textos lineales digitalizados y unidos con botones. O bien, se habla de multimedia porque tienen algunas fotos; pero esas mismas fotos también las tenía la edición del periódico *Excelsior* en 1982. ¿Acaso la experimentación multimodal cibernética tiene los mismos límites que una hoja de papel reciclado? Ciertamente, existe la limitante del ancho de banda y de los periféricos que no todas las computadoras del mundo poseen; no obstante, cuando la *brecha digital* se vaya disminuyendo (o en su defecto, cuando los que más tienen, vayan creciendo en número aunque no en proporción) la experimentación hipermedia en la narrativa literaria y periodística, será una constante. Es importante terminar con la falacia, que resulta más común de lo que podría pensarse de que todo texto digitalizado fuera o dentro de la red, es un hipertexto/interactivo/multimedia.

Otra herencia de la escritura lineal que el productor hipertextual deberá dar por concluida es la famosa sección de *links* o vínculos. Aislar en una sección todas las formas de comunicación con otros nodos del medio hipertextual, obedece a la misma lógica de la escritura en papel; equivale a la sección de bibliografía al final de un libro. Para que pueda aprovecharse al máximo la conectividad, hipertextualidad e interacción en red, es necesario que esos mismos vínculos se encuentren integrados a lo largo de los documentos que integran el producto cibernético. Sólo de esta forma, el *prosumidor* tendrá la capacidad de asociar lo que está leyendo con lo que podría leer. Si éste tiene que desplazarse hasta una sección independiente —regularmente situada al final de la exploración—, difícilmente podrá recordar la pertinencia de ese *link*.

Asimismo, es indispensable destacar la discusión sobre la calidad de la información en un medio tan democratizado y accesible como lo es Internet. Las posturas, radicales al punto del fundamentalismo, oscilan entre los que consideran que no hay cabida para la calidad en el soporte digital y los que piensan que si está publicado, es bueno. Por el contrario, una exigencia del contexto globalizado en el que se inscribe este texto, es poner en tela de juicio todo lo que nos rodea ya que el sentido común puede resultar engañoso y, lejos de ordenar

nuestros juicios de opinión, podría crear prejuicios. Tanto la calidad como lo superfluo o falaz, se escriben en un sinfín de presentaciones; por lo tanto, todo aquel producto que encontremos debe ser sujeto de escrutinio, sin importar el soporte en que se encuentre. La calidad en el mundo posmoderno no está dictada tanto por los productos que consultamos como por nuestra capacidad para diferenciarlos y utilizarlos.

Bibliografía

- Balandier, Georges (2003), *El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales*, Gedisa, Barcelona.
- Bell, Daniel (1976), *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, Alianza, México.
- (1977), *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza, México.
- Braun, Elizer (2003), *Caos, fractales y cosas raras*, SEP/FCE/Conacyt, México.
- Briggs, Asa y Peter Burke (2002), *De Gutenberg a Internet: historia social de los medios de comunicación*, Taurus, España.
- Bustamante, Enrique (coord.) (2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona.
- Calvino, Italo (1998), *Seis propuestas para el nuevo milenio*, Siruela, Madrid.
- Castells, Manuel (2002), *La era de la información*, vol. I, Siglo XXI Editores, Mexico.
- (2001), *La galaxia Internet*, Areté, Barcelona.
- “Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica”, lección inaugural del curso académico 2001-2002 de la Universidad Oberta de Cataluña.
- Coronado, Gabriela y Bob Hodge (2004), *El hipertexto multicultural en México posmoderno*, CIESAS, México.
- Chartier, Roger, “Del código a la pantalla: la trayectoria de lo escrito”, en: http://www.javeriana.edu.co/Facultades/C_Sociales/Facultad/sociales_virtual/publicaciones/relatodigital/r_digital/bibliografia/virtual/chartier-completo.html.
- Díaz Noci, Javier (2000), *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*, Universidad del País Vasco, España.
- Díaz Paloma, et al. (1997), *De la multimedia a la hipermedia*, Computec y Ra-Ma, México.
- Islas, Octavio (coord.) (2002), *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*, CECSA/ITESM, México.
- Kerckhove, Derrick de (1999), *Inteligencias en conexión*, Gedisa, Barcelona.
- Landow, George (1995), *El hipertexto*, Paidós, Barcelona.

- McLuhan, Marshall (1996), *Comprender los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona.
- Negroponte, Nicholas (1995), *Being Digital*, Knopf, Nueva York.
- O'Donnell, James (2000), *Avatares de la palabra: del papiro al ciberespacio*, Paidós, Barcelona.
- Pablos, José Manuel de (2001), *La red es nuestra*, Paidós, Barcelona.
- Peppino Barale, Ana María (2002), “El oficio de la palabra: de la literatura al periodismo”, en *Temas y variaciones de Literatura*, núm. 19, UAM-Azcapotzalco, México.
- Ramonet, Ignacio, “El periodismo del nuevo siglo”, en <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm>.
- Rodríguez Ruiz, Jaime A. (1999), “Hipertexto y literatura: una arena ideológica entre la palabra y la imagen”, en *Universitas Humanística*, núm. 48, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- (1999), *Hipertexto y literatura*, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- Ryan, Marie-Laure (2001), *Narrative as Virtual Reality*, The Johns Hopkins University Press, Maryland, USA.
- San Martín, Patricia (2003), *Hipertexto, seis propuestas para este milenio*, La cruzija, Buenos Aires.
- Solis Leree, Beatriz (coord.) (2003), *El reto de México ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información*, Konrad Adenauer, México.
- (coord.) (2004), *La relación sociedad/medios en el marco de la Reforma del Estado en México*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Sorókina, Tatiana (2001), “De la tecnología literaria impresa a la tecnología literaria electrónica: Pedro Páramo y La feria”, en *Temas y variaciones de literatura*, núm. 16, UAM-Azcapotzalco, México.
- (2002), *La tecnología del saber escrito: el hipertexto en el medio cibernético*, UAM-Azcapotzalco, México.
- (2002), “Literatura y periodismo: los linderos metafóricos”, en *Temas y variaciones de literatura*, núm. 19, UAM-Azcapotzalco, México.
- Vargas Regil, Laura (2001), *La caverna digital*, UPN, México.
- Velasco, Xavier, “Full moon tonic: virus en el cybermonstruo”, en <http://www.fullmoontonic.com/sabado/virus000.html>
- Vidal-Beneyto, José, *La ventana global: ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*, Taurus, Barcelona.
- Vouillamoz, Núria (2000), *Literatura e hipermedia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*, Paidós, Barcelona.