



Primer avance de investigación – artículo de revisión Comunicación digital: nuevos medios, nuevos retos

First Research Advance – Review Article Digital Communication: New Media, New Challenges

1

Autor

Julián Andrés Tejada Ramírez
Comunicador Social – Periodista
Coinvestigador y facilitador virtual
jatejadar@ucn.edu.co

Coordinación de la investigación

Alexánder Sánchez Upegui
Comunicador Social – Periodista

Recibido: 10 de julio de 2007

Aprobado: 18 de julio de 2007

Arbitraje institucional¹

Sistema de Investigación FUCN

Contenido

Introducción

Punto de partida

- Algunos conceptos necesarios: Hipertexto, multimedia e hipermedia.

Resultados iniciales del rastreo bibliográfico sobre comunicación digital en algunas facultades de comunicación en las universidades de Medellín:

- Metodología del rastreo.
- Resultados iniciales del proceso de búsqueda.
- Un texto relevante: *Propuesta pedagógica para la formación de periodistas digitales en pregrado.*
- Algunas recomendaciones a partir de los hallazgos.

Conclusiones

Bibliografía y Cibergrafía

¹ El arbitraje para la publicación de este artículo estuvo a cargo de Carlos E. Román M. Sociólogo. Investigador Asistente del Sistema de Investigación de la Fundación Universitaria Católica del Norte, (FUCN). ceromanm@ucn.edu.co



Resumen: El presente artículo es un primer avance del proyecto de investigación *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*. La propuesta se inscribe en la línea de investigación *Comunicación digital*, del programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Católica del Norte cuyo sistema de estudios es virtual. En este artículo de revisión se informa sobre los hallazgos preliminares de un proceso inicial de investigación acerca de lo que han escrito los recién egresados de algunas facultades de comunicación en la ciudad de Medellín en materia de comunicación digital y temas afines, en un período comprendido entre los años 2003-2007.

Abstract: The present article is the first advance of the Writing and Edition for Digital Environments Handbook research project. The proposal is engaged in the Digital Communication line of research at the Social Communication Program of the Fundación Universitaria Católica del Norte (FUCN), institution offering virtual studies. In this review article, the author reports on the preliminary findings of a first research process based on papers dealing with Digital Communication and related topics written between the years 2003 and 2007 by students then just graduated from some Communication faculties of Medellín.

Palabras y Expresiones claves. Ciberperiodismo², comunicación digital, formación de comunicadores, hipermedia, hipertexto, multimedia, periodismo digital.

Key Words and Expressions. Communicators' Training, Cyberjournalism, Digital Communication, Digital Journalism, Hypermedia, Hypertext, Multimedia.

² **Ciberperiodismo:** Periodismo que se ejerce desde y para la producción de contenidos en diversos formatos hipermedia. No hace referencia solo a los periodistas tradicionales que producen textos para publicarlos en la red, sino en mayor grado, se refiere a aquellos que tienen competencias en el manejo de herramientas tecnológicas y las integran a su ejercicio profesional para producir contenidos con formato hipermedial.



Introducción

El auge de la comunicación digital interactiva y el surgimiento del ciberperiodismo como un fenómeno moderno potenciado por la innovación tecnológica y en gran medida facilitado por el desarrollo de internet como plataforma para los nuevos medios de comunicación, ha llevado a los estudiantes de las escuelas de comunicación social y periodismo, y a las mismas facultades de comunicaciones, a plantearse serios interrogantes acerca del futuro profesional de las nuevas generaciones de comunicadores sociales y periodistas de cara a asumir los retos de la nueva ola de la comunicación.

3

Hace algunos años era muy común encontrar una sobreoferta de profesionales de la comunicación social en espera de una vacante en un medio tradicional de comunicación como la radio, la prensa o la televisión misma. Hoy tenemos escasez de profesionales que tengan las suficientes competencias para desempeñarse con soltura en un medio digital de comunicación.

Si bien es cierto que hoy asistimos al gran *boom* de la era tecnológica donde hoy más que nunca estamos usando la red para miles de labores, también es cierto que el surgimiento de los nuevos medios de comunicación³ plantea retos a los proveedores de contenido y a los usuarios de dichos medios, lo que nos lleva a formularnos las siguientes preguntas: ¿estamos en capacidad de asimilar las nuevas formas de leer los medios digitales de comunicación? ¿Estamos formando profesionales de la comunicación social y del periodismo que sean capaces de cubrir la demanda de contenidos hipermediales de calidad para estos nuevos medios?

Punto de Partida. Algunos conceptos necesarios: hipertexto, multimedia e hipermedia

Si bien es cierto que en la actualidad estos conceptos han sido tratados en sinnúmero de publicaciones de todo tipo como libros, tesis, trabajos de grado, artículos de revistas científicas, *blogs* y portales de comunicación, entre otros; también es cierto que son objeto de investigación constante por el impacto que en la actualidad causan en la forma de concebir los contenidos para los medios de comunicación que funcionan desde Internet.

³ Cuando hablamos de nuevos medios hacemos referencia a: Net Radio, Televisión Digital, Televisión IP, prensa *on line*, Cine Digital, mensajes multimedia en dispositivos móviles, *streaming* de audio y de video, blogs, foto blogs, redes de noticias, redes sociales como MySpace, CoRank, del.icio.us, Yahoo Groups, Google Groups, entre otros.



También es preciso y necesario aclarar que muchas personas que apenas se inician en el conocimiento de la tecnología y aquellos que de manera despectiva son denominados "Analfabetas Digitales"⁴, no tienen mayor información a su alcance para dimensionar el significado de estos conceptos.

Sin más preámbulos y buscando dar definiciones puntuales que permitan una asimilación rápida y completa de los términos, aquí intentaremos proveer una ampliación necesaria y suficiente de cada uno de ellos.

- **Hipertexto:** el mundo conoció el hipertexto en el año 1965 gracias a Ted Nelson quien fue la primera persona en acuñar el término cuando creó un sistema de almacenamiento y recuperación de datos que bautizó como "Xanadú".

Desde la perspectiva de Ted Nelson podemos entender el hipertexto como un texto que tiene la capacidad de *"bifurcarse o ejecutarse cuando sea solicitado"*⁵, lo que en otras palabras quiere decir que el hipertexto es un texto no lineal o de nivel superior ya que puede leerse y entenderse en un orden distinto al estrictamente jerárquico. Es en este punto donde se hace necesaria una ampliación de la idea del hipertexto en comparación con el texto impreso; éste propone un trayecto de lectura lineal siguiendo la jerarquía de capítulos o su orden interno preestablecido, mientras el hipertexto ofrece múltiples trayectos de lectura de ese mismo texto gracias a su estructura de nodos y enlaces⁶.

En síntesis un hipertexto es un texto que se puede leer en un orden distinto al lineal donde es el lector quien tiene el poder de decidir por dónde empezar y hacia dónde dirigirse dentro del texto sin necesidad de seguir la estructura propuesta por el autor. El término se aplica en gran medida a la comprensión de Internet como sistema de nodos y enlaces



⁴ Analfabetismo digital se refiere a los desconocimientos de los elementos comunes y sus procesos que permiten la comunicación dentro de un sistema o de la Internet. Ejemplo el desconocimiento del uso del sistema de correo electrónico que una persona no pueda comunicarse electrónicamente con sus posibles contactos. Escasa habilidad o comprensión para manejar herramientas tecnológicas. Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Analfabetismo_digital

⁵ El término original en inglés es: "branch or perform on request". Ted Nelson. 1965.

⁶ Un hipervínculo (también llamado enlace, vínculo, hipervínculo o liga) es un elemento de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso, por ejemplo, otro documento o un punto específico del mismo o de otro documento. Combinado con una red de datos y un protocolo de acceso, un hipervínculo permite acceder al recurso referenciado en diferentes formas, como visitarlo con un agente de navegación, mostrarlo como parte del documento referenciador o guardarlo localmente. Los hipervínculos son parte fundamental de la arquitectura de la World Wide Web, pero el concepto no se limita al HTML o a la Web. Casi cualquier medio electrónico puede emplear alguna forma de hipervínculo. Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Hipervínculo>



interconectados entre sí que permiten ir de un texto a otro, de una idea a otra, o de un medio como audio, video o imagen a otro espacio virtual sin seguir un orden preestablecido siendo el usuario quien tiene el poder y el control para trazar su propia ruta de navegación.

Es preciso mencionar que el término inicial de hipertexto acuñado por Ted Nelson en 1965 dio origen a cientos por no decir miles de definiciones nuevas para ese mismo término, en especial aplicando el concepto a la informática y a Internet. En este apartado no pretendemos realizar un tratado acerca de lo ya dicho por otros autores, por lo cual recomendamos recurrir a otras fuentes documentales si el interés del lector es ahondar con mayor profundidad los alcances del término y su evolución.

5

Algunas fuentes de referencia que recomendamos están en el apartado Bibliografía y cibergrafía al final de este documento.

- **Multimedia:** básicamente es la convergencia de varios medios como texto, audio, fotografía, animación y una estructura de navegación limitada o preestablecida que no necesariamente es Hipertextual. La finalidad de la multimedia es la comunicación de ideas a través de diversos medios que se integran para potenciar el mensaje.

Su uso va desde los fines educativos para crear simulaciones en un entorno virtual de procesos del mundo real, hasta su aplicación en la medicina, la industria, la ingeniería, la comunicación organizacional, el mundo de los negocios, el mercadeo y la publicidad, entre otros. Sus fines son esencialmente comunicativos.

La multimedia básicamente funciona desde un soporte físico que puede ser un CD (*compact disc*), DVD (*digital versátil disc*) o memoria portátil desde la cual se ejecuta como un programa que contiene la integración de los múltiples medios que mencionamos anteriormente. También podemos entender la multimedia en Internet pero en un nivel superior, lo que da origen al término que intentaremos ampliar a continuación: hipermedia.

- **Hipermedia:** podemos entenderla como la sumatoria de hipertexto + multimedia en lo que sería una convergencia de nivel superior a partir de un hipertexto que se integra con audio, video, imagen fija, animación y una estructura de navegación interactiva que le permite al usuario una flexibilidad de múltiples trayectorias y dimensiones de navegación que puede elegir a su criterio.



Para tener una visión más amplia del término recurramos al autor Jorge Fernando Zapata⁷ en su artículo *Hipermedia y comunicación. Un análisis a la luz del pensamiento rizomático*:

Hipermedia no es un producto, sino un procedimiento. Es el uso del hipertexto para virtualizar a los medios audio, visual, textual, animado y audiovisual, y es virtual porque es en la red; sin hipermedia no hay red. Dicho de otra forma: si hay red, si hay inmersión en lo virtual, existe la hipermedia. Es procedimiento en movimiento constante; lo que circula en ella, siempre se está presentando.

6

Resultados iniciales del rastreo bibliográfico sobre comunicación digital en algunas facultades de comunicación de las universidades de Medellín:

Todo camino comienza con un primer paso y en el caso de nuestro proceso de investigación de la comunicación digital, si bien es mucho lo que se ha dicho y escrito al respecto, también es cierto que es mucho lo que falta por construir, escribir y descubrir. Podríamos afirmar, sin temor a equivocarnos, que el proceso de investigación es como un verbo en gerundio, es decir, una acción que se está ejecutando constantemente, acción no terminada, acción en proceso, un "investigando".

Desde esta perspectiva presentamos a continuación los hallazgos iniciales de una búsqueda que apenas comienza.

Metodología del Rastreo

- Delimitación del Rango de Búsqueda:

- **Cronológica:** Trabajos de grado y tesis publicadas⁸ entre los años 2003 y 2007.
- **Espacial:** Textos publicados por entidades colombianas, publicados en Colombia o por autores nacionales, bien sea como autores principales o secundarios; también, autores extranjeros cuyo objeto de estudio sea Colombia.

⁷ ZAPATA, Jorge Fernando Hipermedia y comunicación. Un análisis a la luz del pensamiento rizomático. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte [*On line*]. No 14 (Feb.-May.) 2005. Disponible en internet: <http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/revista/hipermed.htm>

⁸ Al decir publicados nos referimos a las tesis o trabajos de grado elaboradas y aprobadas por las distintas universidades y que reposan en las bibliotecas de cada institución como material de referencia.



La búsqueda se realizó en las instituciones de educación superior que tiene programas del campo de la comunicación y del periodismo, con especial énfasis geográfico en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, específicamente en la ciudad de Medellín.

- **Fuentes:** Trabajos de grado y tesis publicadas entre los años 2003 y 2007 impresas (libros, folletos, revistas, proyectos, trabajos de grado), electrónicas (internet, discos compactos, documentos interactivos, bases de datos), audiovisuales, orales, testimoniales y productos de grupos de investigación relacionados con los temas afines a la comunicación digital.

Categorías temáticas del rastreo

Comunicación:

- Digital
- Red (en)
- Electrónica
- Virtual

Características de la comunicación digital

Edición de textos:

- Digital
- Red (en)
- Electrónica

Documentos interactivos

Escritura:

- Digital
- Red (en)
- Electrónica

Géneros Periodísticos:

- Digitales
- Red (en)
- Electrónica

Hipertexto:

- Antecedentes del hipertexto
- Hipertexto periodístico
- Estructuras del hipertexto

Hipermedia

Infografías:

- Periodísticas

Lectura:

- Digital
- Red (en)
- Electrónica
- Hipertextual

Lenguaje en la red

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte", [en línea], ISSN 0124-5821, #22, [Sep. – Dic. 2007]. Acceso a través de: www.ucn.edu.co



Lenguaje y tecnología
Lingüística computacional
Multimedia

Periodismo:

- Digital
- Red (en)
- Electrónica

Revistas:

- Electrónicas
- Virtuales
- Digitales
- Red (en)

Teoría de la información:

Usabilidad:

- Teoría del color
- Diseño

Resultados del proceso de búsqueda

El proceso inicial de búsqueda se realizó en el período comprendido entre el 3 de mayo y el 30 de junio de 2007. Durante ese período se realizó una labor exploratoria de las tesis y trabajos de grado publicados en algunas universidades del Área Metropolitana del Valle de Aburrá que tienen facultades de comunicación, siguiendo los parámetros de búsqueda sobre temas relacionados con la comunicación digital, el desarrollo multimedia, hipermedia, el periodismo digital, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como el desarrollo de medios digitales en internet.

Todos estos temas abordados desde la comunicación como nos concierne en el grupo de investigación, aunque cabe resaltar que estos mismos temas han sido también abordados desde otras áreas del saber como la ingeniería de sistemas, la electrónica y la ingeniería de telecomunicaciones.

Las Universidades de la ciudad de Medellín que tienen facultades de comunicación cuyas bibliotecas fueron consultadas inicialmente son: Universidad de Antioquia, Universidad de Medellín, Universidad EAFIT, Universidad Pontificia Bolivariana y Fundación Universitaria Luis Amigó.

Al delimitar el tiempo de publicación de este tipo de trabajos de grado, tesis o monografías al período comprendido entre los años 2003 y 2007, se reducen considerablemente los resultados pese a que antes de dicho período se habían realizado investigaciones sobre los temas relacionados con la comunicación digital y afines. La siguiente tabla demuestra que la búsqueda inicial arroja resultados muy bajos en relación con lo esperado. Los datos que ella aporta indican que el rango de búsqueda debe ampliarse a fin de encontrar mayor cantidad de textos relevantes para robustecer este estado del arte.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte", [en línea], ISSN 0124-5821, #22, [Sep. – Dic. 2007]. Acceso a través de: www.ucn.edu.co



Tabla 1. Hallazgos relevantes por Universidad

Universidad	Trabajos de Grado	Tesis	Años de Publicación	Formato
U de A ⁹	2	1	2003 - 2006	Archivo de Computador
U de M	0	0	—	—
EAFIT	0	0	—	—
UPB	0	0	—	—
FUNLAM	2	0	2005	Archivo de Computador

En el caso de la Universidad EAFIT hay que mencionar que su programa de comunicación social tiene principalmente un enfoque hacia lo digital y al uso adecuado de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el ejercicio profesional del periodismo. No obstante, es un programa académico que apenas nació hacia el año 2003¹⁰ cuyo origen se dio en el momento en que mayores expectativas despertaba el auge de la innovación tecnológica en la red, la proliferación de hipermedios y el nacimiento de empresas de comunicación digital que para ese entonces prometían fortalecerse planteando serios retos en la formación de profesionales de la comunicación digital.

Sólo con el paso del tiempo y la llegada de nuevos cambios tecnológicos en la forma de concebir la red y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, se comprendió el alcance que tiene la comunicación social como profesión con impacto directo en el uso de las nuevas tecnologías.

Luego de realizar un proceso de lectura consciente, encontramos que los trabajos de grado y tesis más relevantes debían ser parte de este artículo sin desconocer que hay otros materiales que tratan temas relacionados pero

⁹ Biblioteca Central Universidad de Antioquia. La búsqueda se realizó siguiendo estos criterios de filtrado: Restringir a ejemplares por localización: Biblioteca Central U de A. Restringir a ejemplares publicados después de: 2003.

¹⁰ En el caso de la Universidad EAFIT, encontramos que su pregrado en Comunicación Social nació apenas en el año 2003 y dura 10 semestres por lo cual hasta la fecha no hay publicación alguna de trabajos de grado que coincidan con nuestros criterios de búsqueda.



no cumplen con los parámetros¹¹ definidos dentro de la metodología del rastreo inicial. Cabe mencionar que no son desechados ya que también se constituyen en material de consulta pero serán tenidos en cuenta en otro momento de la investigación donde el proceso ahonde con mayor profundidad en los temas que conciernen a este proceso investigativo.

Fue así como en el caso de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia encontramos varios trabajos de grado que tratan temas relacionados con la comunicación digital, el hipertexto y el desarrollo de la radio en Internet con la creación de la primera emisora virtual fundada por estudiantes en dicha facultad y la puesta en internet de las emisoras de la Universidad de Antioquia (ver: <http://emisora.udea.edu.co/index.php>). En especial adquiere relevancia para nuestra investigación el trabajo de grado de un recién egresado de dicha facultad (2006), trabajo titulado "Propuesta pedagógica para la formación de periodistas digitales en pregrado¹²". En este artículo ofreceremos un resumen de este trabajo de grado por la importancia, relevancia y actualidad de sus contenidos.

Un primer acercamiento a cómo se están formando los periodistas y las competencias profesionales que éstos deben adquirir, así como el perfil para desempeñarse en los medios digitales constituye una de las bases fundamentales en la propuesta de un manual de comunicación digital, objeto de este proyecto investigativo.

Un texto relevante: propuesta pedagógica para la formación de periodistas digitales en pregrado

Este trabajo de grado lo elaboró Juan Pablo Tettay de Fex en el año 2006 para optar al título de Periodista en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia.

Su temática se basa en la investigación que se realizó en varias universidades del país que tienen programa de comunicación social, con el fin de determinar las expectativas que tienen los jóvenes estudiantes de esta carrera universitaria o carreras afines al periodismo, frente al estudio del periodismo digital, la calidad de la formación que reciben, el perfil con que se están formando y las competencias que les falta desarrollar para afrontar los retos del ejercicio profesional en medios de comunicación digital.

¹¹ Ver "Metodología del Rastreo". Página 6 de este documento.

¹² Tettay de Fex, Juan Pablo. Propuesta Pedagógica para la Formación de Periodistas Digitales en Pregrado. Trabajo de Grado para optar al título de periodista. Facultad de Comunicaciones. Universidad de Antioquia. Medellín (Colombia). 2006.



Así mismo, el trabajo de grado contiene información de varias entrevistas a editores y periodistas de medios de comunicación *on line* en Colombia, con el fin de consultarlos acerca de su visión de la profesión periodística de cara a los nuevos retos que plantea ejercerla en el espectro de la red, confrontando lo aprendido en la academia con lo que exige el mercado de los medios digitales interactivos que requieren profesionales formados con competencias tecnológicas altamente desarrolladas.

Este trabajo de grado contiene además una propuesta pedagógica para la formación de periodistas digitales, propuesta basada en el enfoque constructivista y aplicable en la mayoría de los casos, como el autor lo indica, en cualquier institución de educación superior que desee potenciar la formación de periodistas digitales:

Se creó una metodología que equilibra la parte teórica, la técnica y la práctica basada en el modelo pedagógico constructivista. Su objetivo principal es el de formar periodistas integrales con competencias para desarrollar contenidos convergentes para formatos digitales o para añadir valores a la información en un medio de comunicación tradicional al desarrollar competencias que permitan crear distintos mensajes en distintos formatos basados en la misma información¹³.

Nuevos medios, nuevos retos

En cuanto al tema de la necesidad de formar periodistas con competencias tecnológicas suficientemente desarrolladas, el autor obtuvo testimonios de varios editores de los principales medios *on line* de Colombia, quienes afirman:

Los periodistas han empezado a entender que la Red de redes supone un cambio en la manera de consumir información y, por ende, de producirla. De hecho, Julio César Guzmán, editor encargado de ElTiempo.com cuenta que "en Estados Unidos ya es un tema laboral, allá quienes egresan de las universidades con conceptos sobre periodismo digital y trabajan en diferentes plataformas y formatos son más apetecidos que los que no lo hacen, los que son monomedia". Por su parte Juanita León, editora de Semana.com dice que "claramente el periodista digital necesita habilidades muy diferentes a las de un periodista de la imprenta".¹⁴

¹³ Ibid., p. 13.

¹⁴ Entrevistas realizadas en el marco del proceso de Investigación de Juan Pablo Tettay en el año 2006.



Finalmente cabe resaltar que las conclusiones de este trabajo de grado nos pueden aportar luces acerca de lo que está esperando el mercado colombiano de los medios digitales de comunicación respecto a los futuros profesionales del periodismo y la comunicación digital (uno de los insumos o puntos de reflexión para la configuración de un manual de comunicación digital) como lo afirman los entrevistados en el trabajo de grado de Juan Pablo Tettay¹⁵:

- Las necesidades de los editores de medios *on line* son entonces las siguientes:
 - o Debe estar capacitado para generar contenidos en diferentes formatos.
 - o Debe saber hacer reportería para varios soportes.
 - o Debe saber trabajar en una redacción convergente.
 - o Debe ser versátil y desempeñar varias funciones a la vez.
 - o Debe conocer herramientas de diseño web y de impresos, edición de imágenes, audio y video.
 - o Debe hacer énfasis en lo audiovisual.
 - o Debe saber de arquitectura de la información.
 - o Debe conocer aspectos básicos sobre teoría de la percepción.
 - o Debe saber de relaciones públicas.
 - o Debe saber de atención al cliente.
 - o Debe estar en constante actualización.
 - o Debe trabajar en equipo.

Según la caracterización, éstos son los requerimientos de los medios digitales colombianos:

- Es esencial la buena redacción.
- Hay que estar dispuesto a interactuar con los navegantes.
- Debe capacitarse para publicar información a través de manejadores de contenido.
- Debe ser consciente de que el medio digital es una plataforma de distribución más que un conglomerado mediático.
- Debe saber la estructura del sitio en el que trabaja.
- Deben conocer teorías de jerarquización de la información.
- Deben estar dispuestos a que sus trabajos sean anónimos.
- Deben soportar críticas. Los medios colombianos ofrecen bastantes maneras en las que el navegante puede interactuar con contenidos y con sus autores.
- Deben saber usar recursos multimedia

¹⁵ TETTAY. Op. Cit., p. 82, 83



Algunas recomendaciones a partir de los hallazgos

Para enriquecer este proceso de búsqueda, tomaremos en cuenta las siguientes acciones a fin de robustecer el contenido de este estado del arte.

13

- Ampliar el rango de búsquedas de publicaciones acerca de los temas relacionados con el objeto de estudio del grupo de investigación ya que hay publicaciones electrónicas tipo *blogs* y artículos (no necesariamente tesis) que hablan sobre los temas que estamos explorando.
- Realizar entrevistas a profesionales de la comunicación social y personal docente que nos puedan brindar sus testimonios acerca de los temas relacionados con la comunicación digital, el ciberperiodismo y las nuevas prácticas de la comunicación que surgen a partir del uso de las nuevas tecnologías e Internet.
- Orientar la búsqueda y recolección de datos hacia temas más actuales y de impacto directo en la investigación como son:
 - o El surgimiento de fenómenos como las redes sociales.
 - o La era Web 2.0 y su impacto en la comunicación.
 - o El uso de nuevas tecnologías que involucran el hipertexto, la hipermedia y los mecanismos de interacción adaptados a la red.
 - o El surgimiento de la comunicación móvil y la forma como se está abordando el fenómeno de la comunicación a través de la mensajería instantánea vía SMS y MMS en el ejercicio del ciberperiodismo. (El mal llamado "periodismo de celular en mano").

Conclusiones

- Este artículo esboza los resultados de un primer momento que evidencia vacíos y plantea el reto de seguir investigando, buscar con mayor profundidad en otras fuentes documentales y realizar las acciones necesarias para enriquecer el proceso de investigación.
- Investigar requiere disciplina y no siempre los primeros resultados son satisfactorios lo que implica que es necesario aumentar los esfuerzos para obtener los resultados esperados.
- Respecto a la investigación en comunicación digital, si bien es cierto que genera inquietudes en las universidades y en especial "Revista Virtual Universidad Católica del Norte", [en línea], ISSN 0124-5821, #22, [Sep. – Dic. 2007]. Acceso a través de: www.ucn.edu.co



en los estudiantes de comunicación social, también es cierto que está un poco inmadura. Estos procesos de investigación servirán de punto de partida para profundizar aun más en estos temas.

- Falta mayor difusión de los procesos investigativos en temas afines a la comunicación digital, el ciberperiodismo y la innovación tecnológica aplicada al ejercicio de la profesión del comunicador social. Esto a su vez se convertirá en un factor motivacional para que cada vez sean más los futuros profesionales que se interesen por profundizar en estos temas, surjan grupos de investigación locales que ejerzan su labor investigativa y ésta sea más prolífica. Aun hay mucho por descubrir.

Bibliografía

- Baena Zapata, Carolina L., Zuleta Uribe, Lina M. AM-FUNLAM Vélez, Alejandro. *Cibercultura: procesos comunicacionales*. Medellín: Autoras, 2005. --77 p. : a color + 1 CD
- Bianchini, Adelaide. (2000, Junio). Conceptos y Definiciones de Hipertexto. Consultado en junio 25 de 2007 en: <http://www ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.html>
- NEGROPONTE, Nicholas. Ser digital (Being Digital). Argentina: Atlantida, 1995, 247 p.
- Tettay de Fex, Juan Pablo. Propuesta Pedagógica para la Formación le Periodistas Digitales en Pregrado. Trabajo de Grado para optar al título de periodista. Facultad de Comunicaciones. Universidad de Antioquia. Medellín (Colombia). 2006.
- Villa, Luis. Blog Personal. Historia del hipertexto. Consultado en junio 25 de 2007 en:
http://www.grancomo.com/e/historia_del_hipertexto_xanadu.php/
http://www.grancomo.com/e/historia_del_hipertexto_memex.php
- WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Analfabetismo_digital/ /
<http://es.wikipedia.org/wiki/Hiperenlace>
- ZAPATA, Jorge Fernando Hipermedia y comunicación. Un análisis a la luz del pensamiento rizomático. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte [On line]. No 14 (Feb.-May.) 2005. Disponible en internet:
<http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/revista/hipermed.htm>