FACULTAD DE MEDICINA

CENTRO DE ESCRITURA Académica USAL UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Texto hipertexto e información. La navegación web ha sustituido a la lectura lineal

El texto académico on-line Existen tres tipos de textos académicos electrónicos que el lector encuentra online, ellos son:

los textos no lineales, los textos multimediales y los textos interactivos.

Todos ellos presentan diferentes desafíos. Sin embargo, este tipo de textos electrónicos es de preferencia para los estudiantes con acceso a Internet por su conveniencia y rapidez en cuanto a la búsqueda.

Además, los vínculos asociados a los textos académicos online tales como gráficos animados, íconos, videos, tablas e ilustraciones en dos o tres dimensiones agilizan la comprensión.

Un texto común está diseñado para ser impreso y leído de forma lineal, esto es, comienza a leerse de izquierda a derecha por la primera línea del primer párrafo y termina de leerse en la última línea del último párrafo.

En el hipertexto, no es necesario seguir el documento de forma lineal, sino que en diferentes puntos del mismo se da la posibilidad de saltar a otros documentos u otras partes del mismo documento, mediante enlaces especiales incluidos en él llamados **hipervínculo**s.

Mediante dichos enlaces el usuario puede acceder a otro contenido diferente o relacionado con el texto que está leyendo.

Los sistemas hipertextuales están basados en un enfoque en el cual el usuario tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de fuentes diversas, proveyendo la posibilidad de acceder a documentos de manera no secuencial.

Esta flexibilidad de acceso genera las nociones de navegación, personalización de presentaciones y anotaciones. Así, el hipertexto configura una tecnología que organiza una base de información en distintos bloques de contenidos, conectados a través de una serie de enlaces cuya activación o selección por el lector provoca la recuperación de información

En consecuencia, el hipertexto ha sido definido como un enfoque para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una **red de nodos** conectados por enlaces. Los

nodos contienen textos como también gráficos, imágenes, audio, animaciones y video, así como código ejecutable u otra forma de datos a los que se les da el nombre de **hipermedios.**

A diferencia de los libros impresos, en los cuales la lectura se realiza en forma secuencial desde el principio hasta el final, en un **ambiente hipermedial** la "lectura" puede realizarse en forma no lineal, y los usuarios no están obligados a seguir una secuencia establecida, sino que pueden moverse a través de la información y ojear intuitivamente los contenidos por asociación, siguiendo sus intereses en búsqueda de un término o concepto.

Lectura hipertextual La lectura hipertextual produce una extensión del concepto de lectura y requiere de **habilidades de selección** para la integración correcta de textos dispersos y fragmentados. También exige profundizar la concentración ante las numerosas distracciones que pueden extraviar los objetivos de la lectura.

La información es un espacio a recorrer, un camino a explorar y los enlaces del hipertexto son los que nos permiten, mediante los anclajes de partida y de llegada, saltar de un nodo a otro y de una información a otra.

Muchos autores aplican la metáfora del laberinto para explicar la experiencia de lectura de un hipertexto. El laberinto es una pieza de arquitectura que representa el máximo grado de complejidad para la mente humana. El problema para el visitante no es encontrar la salida, sino seguir sin perderse, experimentando todos los posibles caminos.

La **lectura hipertextual** es una expedición exploratoria sin mapa. En un entorno informático, esto se traduce en un conjunto de nodos (texto, páginas, imágenes, gráficos, secuencias sonoras y documentos complejos) **no relacionados linealmente y sí con conexiones de tipo reticular.**

La potencia del hipertexto radica en la peculiar forma de organización de la información. El hipertexto posibilita **trazar las referencias**, **crear referencias** nuevas y establecer tanto **una estructura jerárquica como no jerárquica** de composición, asociativa como no asociativa, reticular, conceptual, formal, etc.

El hipertexto ofrece no sólo conectividad, apertura y extensibilidad, sino también una **gradualidad o modularidad** a los documentos: un mismo segmento de texto puede ser referenciado desde varios lugares, una misma idea puede ser desarrollada con distinto grado de amplitud y profundidad.

PRESENTACIONES ATRACTIVAS en 10 pasos

1 ENGANCHA A TU AUDIENCIA DESDE EL PRINCIPIO.

Abre la presentación con un título prometedor, una imagen evocadora o una pregunta retórica que capte la atención y despierte la curiosidad.

2 DEJA EL PROTAGONISMO AL CONTENIDO.

Título de la diapositiva

Título

Utiliza siempre la misma plantilla, limitando la paleta de colores, y sin sobrecargarla de elementos que distraigan.

3 NO CARGUES DE TEXTO LAS DIAPOSITIVAS.

Para eso ya están los libros.

4 ELIGE UNA TIPOGRAFÍA DE PALO SECO O SIN SERIFA.

A — Sin serifa o 'Palo Seco'

A — Con serifa

No combines más de 2 estilos, y utiliza un tamaño mínimo de 24 puntos. No abuses de mayúsculas, cursivas o subrayado, sólo conseguirás que no destaque nada, y dificultarás la lectura.

5 EVITA LAS LISTAS Y ENUMERACIONES.

Se recomienda una idea por diapositiva y nunca más de cuatro viñetas o bullets, alineadas y separadas por un interlineado mayor.

6 ESCOGE UN FONDO LISO Y NEUTRO.

Título

Título

La elección más acertada es una fuente oscura sobre fondo claro, o en su defecto, una fuente clara sobre fondo oscuro.

7 NO UTILICES LAS IMÁGENES COMO ELEMENTO DECORATIVO.

Emplea sólo aquellas que ayuden a entender y recordar conceptos.

8 UTILIZA GRÁFICAS QUE SE ENTIENDAN POR SÍ SOLAS.

Que no requieran largas explicaciones. Los colores cálidos te ayudarán a destacar los datos más relevantes.

9 NO ABUSES DE LAS ANIMACIONES.

Puedes emplear algunas sencillas para marcar el ritmo de lectura, pero evita las más espectaculares.

10 CIERRA LA SESIÓN CON UNA FRASE POSITIVA E INSPIRADORA.

Y no olvides dar las gracias.