



HIPERTEXTO ELECTRÓNICO DESDE LA PERSPECTIVA INFORMÁTICA

Un acercamiento al concepto

Autor(es)

Elizabeth Monsalve (elizabeth.monsalve@upb.edu.co)

Carlos Rodríguez (rcarlos@upb.edu.co)

Título en inglés

Hypertext in the computer context

Tipo de artículo

Artículo corto

Eje temático

Hipertextualidad

Resumen

Aunque los términos *hipertexto* e *hipermedia* son usados frecuentemente en procesos comunicativos y formativos inter, multi y trasdisciplinarios, se encuentran diversas acepciones que hacen confusa su comprensión y más aún, la elaboración de documentos hipertextuales eficaces y eficientes. De ahí que este texto explique el significado del concepto desde una perspectiva informática, con el objetivo de dar claridad a quienes utilizan los hipertextos y los recursos hipermediales con fines educativos.

Abstract

Although words like hypertext and hypermedia are used frequently in communicative, formative inter, multi and transdisciplinary process, there are many conceptions that make more confuse its comprehension and even more, the making of efficient and effective hypertext documents. That is why this article explains the meaning of this concept from an informatics perspective, with the purpose of giving some light to everybody that use hypertext and hypermedial resources with educative aims.

Palabras clave

Hipertexto, hipermedia, nodos, enlaces, anclas, links, escritura hipertextual

Key words

Hypertext, hypermedia, nodes, links, anchor, hypertextual writing.



Datos de la investigación, de la tesis o de la experiencia

Este documento refleja los avances teóricos alcanzados en la siguiente investigación:

Universidad Pontificia Bolivariana, Grupo de Investigación en Educación en Ambientes Virtuales (EAV), el Grupo de Investigación en Desarrollos y Aplicaciones en Telecomunicaciones e Informática (GIDATI) y la Especialización en Literatura con énfasis en la producción de textos e hipertextos de la Facultad de Educación (2005). *Diseño de una propuesta metodológica y desarrollo de un sistema sincrónico y asincrónico para la creación colaborativa de documentos hipertextuales e hipermediales que fortalezcan los procesos de enseñanza y de aprendizaje en el ámbito de la educación superior* Medellín, Colombia. Fecha de inicio: 11 de junio de 2005. Fecha de terminación aproximada: 11 de diciembre de 2006. Asesoría: Centro Integrado para el Desarrollo de la Investigación -CIDI-. Disponible en: <http://eav.upb.edu.co/eavinfo>

Trayectoria profesional y afiliación institucional del autor o los autores

Elizabeth Monsalve es Ingeniera Informática de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, Colombia) y candidata a Especialista en Gestión de la Innovación Tecnológica de la misma Universidad. Es docente de la facultad de Ingeniería Informática y miembro del Grupo de Investigación en Desarrollo y Aplicación en Telecomunicaciones e Informática (GIDATI) de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Carlos Rodríguez C. es Licenciado en Educación con énfasis en Matemáticas de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, Colombia) Especialista en Sistemas en el área de metodología de Programación y Bases de datos de la Universidad Nacional de Colombia (Medellín, Colombia). Es docente de la facultad de Ingeniería Informática y miembro del Grupo de Investigación en Desarrollo y Aplicación en Telecomunicaciones e Informática (GIDATI) de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Referencia bibliográfica completa de este artículo

Monsalve, Elizabeth y Rodríguez Carlos (2006). Hipertexto electrónico desde la perspectiva informática (reporte de avance de investigación). Revista Q, 1 (1), 12, enero-junio (ISSN 1909-2814). Disponible en: www.revistaq.upb.edu.co

Cantidad de páginas

12 páginas

Fecha de recepción y aceptación del trabajo

1 de noviembre de 2005 – 15 de febrero de 2006

Aviso legal

Todos los artículos publicados en REVISTA Q se pueden reproducir en otros medios de comunicación sin ánimo de lucro, siempre y cuando se cite la fuente completa: tanto los datos del autor del artículo como de la publicación. En medios con ánimo de lucro se debe contar con la autorización expresa del autor; en tal caso se debe citar la fuente completa de la publicación original (incluyendo los datos del autor y los de la Revista).



Tabla de contenido

Orígenes del Hipertexto	3
Definición de Hipertexto	4
Definición de Hipermedia	5
Características más importantes del hipertexto	5
Componentes de un sistema de hipertexto.....	6
Uso del hipertexto	7
La eficacia del hipertexto	7
Enlaces	8
1. Estrategias generales para crear enlaces.....	9
2. Sugerecias para escribir el texto del enlace	9
Materialización del hipertexto: una mirada desde el software	10
1. Historia	10
2. Definición.....	11
3. Etiquetas	11
4. Las marcas de Hipertexto en HTML	11
Tabla 1. Etiquetas para manejar hipertexto en HTML.....	12
En conclusión.....	12
Bibliografía y cibergrafía	12
Publicaciones anteriores	12

Orígenes del Hipertexto

Los términos hipertexto e hipermedia son muy comunes para referirse a nuevas tecnologías de presentación y acceso a la información, y se están revelando como una herramienta fundamental en lo que respecta tanto a la representación de documentos e información, como a los procesos comunicativos y formativos en todos los ámbitos (Canals, 1990). Sin embargo, y a pesar de su pretendida novedad, este enfoque de organización y acceso a la información tiene antecedentes desde la década de 1940 (García Marco, 1996). En esta época, Vannevar Bush ideó un sistema de control, gestión y acceso a la documentación al que llamó Memex, y cuya idea principal era utilizar un principio de asociación de conceptos entre recursos informativos, de tal forma que el usuario pudiese acceder a estos recursos, independientemente de su tipo, simplemente utilizando la asociación de ideas. El sistema no llegó nunca a ser construido, por la dificultad técnica que suponía. Fue solo hasta la década de 1960 que Douglas Engelbart, un investigador del *Stanford Research Institute*, se puso al



frente de un proyecto de investigación para desarrollar máquinas, basadas en sistemas informáticos, que permitiesen aumentar la capacidad intelectual humana, y gracias al cual se introdujeron conceptos técnicos sin los cuales no sería posible el hipertexto: sesiones interactivas, dispositivos señaladores, ventanas y escritorios, entre otros; que permitían gestionar gran cantidad de información según criterios jerárquicos y asociativos.

En la misma década que Engelbart (exactamente en 1965), Theodor Nelson sacó el término hipertexto (y también dio forma a la palabra hipermedia), al que definió como "un texto escrito no secuencial que se ramifica y permite elecciones al lector y una mejor lectura en una pantalla interactiva". Retomando el concepto de asociación de Bush, por otra parte completamente aceptado por los estudios sobre el comportamiento del pensamiento humano, Nelson trabajaba en un proyecto para introducir, organizar y recuperar toda la información del mundo en un sistema informático, utilizando el principio de la asociación de ideas y documentos, al que llamó Xanadú. En este sistema los documentos se relacionaban utilizando enlaces a fragmentos y citas comunes, en un entorno de red informática en el que podían participar numerosos ordenadores. El proyecto Xanadu, comenzado en la Universidad de Harvard, en la que no tuvo mayor éxito, pasó a ser desarrollado en Australia, y recientemente Nelson ha trabajado en varios proyectos de investigación en Japón, siempre en el ámbito del diseño y desarrollo de sistemas hipertextuales.

Como consecuencia directa de los proyectos enumerados, en la segunda mitad de la década de 1980 comenzaron a aparecer en el mercado gran cantidad de aplicaciones y herramientas para computadores personales, que facilitaban la creación de sistemas hipertextuales a nivel personal; en los últimos años de dicha década se incorporaron capacidades multimedia, generando de esta forma sistemas hipermedia.

Las nuevas generaciones de Sistemas Informáticos de Tratamiento y Recuperación de Información Documental, así como los últimos desarrollos de Sistemas Gestores de Bases de Datos, incorporan mecanismos especializados para organizar la información utilizando si el usuario lo desea, mecanismos de acceso a diferentes tipos de información (gráfica, sonora, entre otros).

Definición de Hipertexto

El hipertexto se puede definir como una red de nodos que están interconectados entre sí. Un nodo es una pieza de información o documento digital que puede establecer relaciones y asociaciones con otros nodos a través de los enlaces (también conocidos como vínculos, hipervínculos o links). Un sistema de hipertexto le permite a un autor crear los nodos y los enlaces entre ellos y le permite al lector recorrerlos, es decir, navegar de un nodo a otro utilizando esos enlaces. Por lo general, el sistema de hipertexto señala los puntos de enlace o indicadores de una forma específica dentro del nodo, cuando se muestran en la pantalla del computador. (Por ejemplo, textos subrayados y de color azul en los documentos de la Web que se visualizan en los navegadores). Cuando el usuario hace clic sobre el enlace con el *mouse* (que cuando se pasa sobre el vínculo adopta la forma de una manito), el sistema de hipertexto recorre, busca y exhibe el nodo que está al otro extremo del enlace.



Definición de Hipermedia

El panorama esbozado anteriormente es perfectamente comprensible desde una perspectiva textual, en la que los nodos corresponden a documentos con información escrita. Sin embargo, la información y la documentación actual incorporan gran cantidad de componentes gráficos (estáticos o dinámicos), sonidos u otros complementos (MOSCOSO y CARIDAD, 1991). La evolución de la tecnología informática ha hecho posible que estos documentos no textuales sean incorporados en formato digital a los sistemas informáticos. Como consecuencia, los sistemas hipertextuales han evolucionado hasta disponer de las capacidades necesarias para incluir documentos e información con presentación gráfica y/o sonora. Esta expansión de las funciones de gestión de información independientemente del formato que tenga, manteniendo como criterio la asociación o relación de conceptos, es lo que caracteriza a un sistema hipermedia.

Características más importantes del hipertexto

Los elementos que caracterizan a un sistema de hipertexto electrónico son los siguientes:

- **No es lineal.** A través de enlaces de navegación, los lectores pueden acceder a documentos (o a secciones del mismo documento) en cualquier momento sin necesidad de seguir la ruta lineal propuesta. En efecto, ningún orden determina la secuencia de la información que se va a leer. El hipertexto da mayor control a los lectores de los documentos en línea, que el que pueden tener en un documento impreso. Según Jacob Nielsen "un verdadero hipertexto debe [...] hacer sentir a los usuarios que pueden moverse libremente a través de la información, de acuerdo a sus propias necesidades". La característica de la no linealidad del hipertexto le entrega al usuario el control absoluto sobre la forma de interactuar con los documentos, lo cual requiere una mayor responsabilidad por parte del usuario en cuanto a las rutas que va a utilizar para llegar a su objetivo (puede quedarse recorriendo enlaces por mucho tiempo sin encontrar nada realmente productivo para él, por lo que debe empezar a priorizar enlaces y a realizar una navegación conciente).
- **Es eminentemente interactivo.** Permite a cada usuario seleccionar los temas que sean de su interés o que le parezcan más importantes y sobre los cuales desea obtener mas información.
- **Permite al autor ofrecer un contexto rico en información relacionada con sus ideas principales.** Los textos impresos obligan a los autores a seguir en su escritura un formato lineal. El hipertexto libera a autores y lectores de esta forma de expresión. Los autores pueden estructurar sus textos como una red de información con enlaces interrelacionados y resaltar la(s) idea(s) principal(es) con ellos.



- **Permite al usuario leer y comprender información más efectivamente.** El hecho de presentar la información en forma de red le permite a los lectores acceder a ella de la manera que consideren más apropiada para el cumplimiento de sus objetivos. Además, la libertad de acceso a esa red enriquecida con información relacionada ofrece un medio bastante propicio para entenderla.
- **Si no está bien estructurado o si el usuario no ha desarrollado las competencias adecuadas, se puede desorientar fácilmente.** En los documentos con hipertexto a menudo se pierde el contexto. Los lectores pueden desorientarse y perder la pista de su posición dentro del documento. Al existir la posibilidad de acceder a tantos documentos, se pueden recorrer muchos nodos para al final darse cuenta de que se llegó a un punto completamente desligado del objetivo. Para reducir la probabilidad de desorientación del lector, se deben proporcionar señales contextuales que le ayuden a navegar fácilmente el documento.
- **Permite seleccionar los temas de interés.** El hipertexto no debe utilizarse para fraccionar textos lineales extensos en varias páginas. El mejor uso del hipertexto consiste en permitirle al lector seleccionar los temas de su interés y descargar solamente esas páginas. La estructura del hipertexto debe basarse en un análisis de la audiencia.

Componentes de un sistema de hipertexto

Para que sea posible una existencia real de los conceptos de hipertexto e hipermedia, deben utilizarse aplicaciones que sean capaces de crear los vínculos y asociaciones entre los documentos. Las aplicaciones ofrecen unos elementos particulares que facilitan la creación y navegación por las estructuras hipertextuales (CONKLIN, 1987; NIELSEN, 1990: 101-114):

- Un conjunto de archivos que contienen los documentos relacionados.
- Ventanas de presentación de los documentos, las cuales se pueden modificar en tamaño y posición.
- Dispositivos de señalamiento, que facilitan la selección y el acceso a los documentos mostrados en las ventanas.
- Punteros o enlaces, que generalmente utilizan una representación gráfica distinta a la del resto del material informativo, en forma de color, iconos, botones, entre otras.
- Herramientas de creación de enlaces y nodos de navegación, lo que da al usuario la posibilidad de crear sus propias asociaciones y documentos.

Todas estas funcionalidades se integran en el navegador (o browser). El browser actúa como una interfaz que le muestra al usuario el contenido informativo de los documentos que selecciona, haciendo clic sobre su enlace. Suele completarse con la posibilidad de ejecutar búsquedas en el texto completo que contienen los documentos, y/o búsquedas más rígidas utilizando lenguajes clásicos de interrogación. La interrogación, sea de texto, imágenes o sonidos, suele realizarse a través de la ejecución de patrones, que representan una



necesidad dada de información por parte del usuario. Además, una completa aplicación para este ámbito debería ser capaz de generar mapas gráficos de la estructura hipertextual y utilizar estas representaciones para acceder directamente a los documentos deseados. La visión que obtiene el usuario mediante el navegador es una visión transparente, integrada, en la que no resulta complicado recorrer los documentos.

Uso del hipertexto

Según Jacob Nielsen, el hipertexto no es apropiado para todos los usos y ofrece tres reglas de oro para ayudar a determinar cuando es conveniente usarlo. Se enuncian a continuación:

- Cuando existe un gran cuerpo de información organizado en muchos fragmentos.
- Cuando estos fragmentos se relacionan unos con otros.
- Cuándo en cualquier momento, los lectores necesitan solamente una pequeña fracción de esta información.

Las siguientes son aplicaciones ideales del hipertexto:

- **Material de referencia general o especializado.** Los usuarios generalmente no quieren leerse todo un manual, necesitan la información contenida en las partes relevantes o en las secciones que vayan necesitando. Lo normal es que acudan a documentos en línea para obtener respuestas rápidas a sus preguntas.
- **Cualquier material que pueda dividirse en segmentos (contenidos) cortos y autónomos.** La mayoría de los lectores acuden a la red con un propósito determinado y buscan información específica. Al fraccionar el material en contenidos más pequeños y etiquetarlos con títulos y subtítulos precisos, se estará ayudando a los lectores en línea que tienden a barrer el texto con la mirada en busca de esa información. Los títulos deben ser exactos e identificar claramente el contenido al cual conduce cada enlace.

Hay que tener en cuenta el hecho de que si un documento sea apropiado para ser utilizado de forma hipertextual, esto no garantiza que sea eficaz. Los autores necesitan todavía considerar cómo lograr que un documento sea útil para sus lectores.

La eficacia del hipertexto

Según Alysson Troffer, una forma para determinar la eficacia del hipertexto consiste en evaluar, con lectores reales, su usabilidad. Jacob Nielsen por otro lado, propone cinco parámetros de usabilidad del hipertexto que los autores deben considerar.

- **Fácil de aprender.** Cuando un hipertexto se comprende fácilmente, los lectores captan con rapidez cómo se navega (sus opciones de navegación) y cuáles son los otros comandos básicos para localizar la información. Además entienden la estructura básica de la red de contenidos y de enlaces. Cada contenido en la red debe tener información fácil de leer.



- **Eficiente de usar.** Cuando un hipertexto se puede usar con eficiencia, los usuarios encuentran la información rápidamente, o al menos descubren muy pronto que lo que buscan no está en esa red. Además, al llegar a un contenido, pueden orientarse rápidamente y entender su significado en relación con su punto de partida.
- **Fácil de recordar.** Si un hipertexto se recuerda con facilidad, los usuarios pueden regresar al tiempo y todavía recordar su estructura general. Esto es, encontrar la ruta que recorrieron por la red, reconocerán además contenidos marcados y convenciones especiales usadas para éstos, así como sus enlaces.
- **Prácticamente libre de errores.** Cuando los lectores encuentran pocos errores con un hipertexto, rara vez siguen un enlace que los conduzca a donde no quieren ir. Incluso, si erróneamente siguen un enlace, pueden regresar fácilmente a su localización anterior, como también volver fácilmente a cualquier lugar anterior si piensan que se han alejado mucho del objetivo.
- **Amigable.** Cuando un hipertexto es amigable, los lectores utilizan la red con agrado. Raramente se sienten frustrados o decepcionados al seguir los enlaces. Por otra parte, en lugar de sentirse coaccionados, sienten que ejercen el control y que pueden navegar libremente por la Red.

Enlaces

En los documentos en línea se pueden encontrar dos tipos de enlaces:

- **De navegación.** Son los que conectan los contenidos de una red de hipertexto y sirven como espina dorsal de la interfaz entre el lector y el computador. Permiten al usuario encontrar un camino entre los diferentes tópicos.
- **De Asociación.** Estos enlaces pretenden enriquecer el contenido del documento. En general apuntan a tópicos que tienen diferentes grados de relevancia con el contenido original. Los tópicos enlazados pueden ofrecer un tema con una fuerte relación, relacionado débilmente, o material sin relación aparente. Los enlaces asociativos son útiles para:
 - o Aportar referencias cruzadas a material relacionado.
 - o Proveer información básica detallada.
 - o Argumentar sobre un tema sustentándolo en detalle o con la definición de los términos.
 - o Proponer analogías que clarifiquen las relaciones entre piezas disímiles de información.
 - o Ofrecer reflexiones perspicaces, instructivas o irónicas.
 - o Ofrecer notas de pie de página o referencias.
 - o Permitir acceso a otros sitios Web mediante un simple clic.



1. Estrategias generales para crear enlaces

- Para organizar el material, utilice una tabla con los contenidos enlazados. Esta le permitirá clarificar las relaciones internas entre los contenidos.
- Ofrezca contenido sustancial, no una simple lista de enlaces a otras páginas.
- Los enlaces deben reforzar el mensaje, no reemplazarlo.
- Siempre que sea posible, utilice listas de enlaces en lugar de enlaces que estén metidos dentro del texto.
- Ubique los enlaces externos en una sección que este por fuera del texto principal.
- Cuando el enlace sea externo, permita que éste se abra en otra ventana del navegador.
- Para el texto de los enlaces elija palabras o frases significativas con el fin de disminuir el riesgo de que el lector se desoriente cuando se mueve a través de ellos.
- Genere únicamente los enlaces que sean necesarios y relevantes o cumplan una función específica para lograr el (los) objetivo(s) que busca o propone el documento.

2. Sugerencias para escribir el texto del enlace

Las siguientes sugerencias son útiles para asegurar que los lectores permanezcan completamente orientados y en control mientras navegan un documento (o se desplazan a otros).

- Escriba sobre el tema como si no hubiera enlaces en el texto. Escríbalo para que cumpla el objetivo que con él se ha propuesto sin que tenga enlaces.
- Cuide la redacción de su texto en línea para que no se lea como si estuviera entrecortado. No se refiera a los mecanismos de Internet para navegar como "Clic aquí para ver el documento escrito por Pedro Pérez sobre el renacimiento". En cambio utilice "Pedro Pérez publicó recientemente un documento sobre el Renacimiento".
- Escoja palabras o frases significativas para el texto de su enlace y para el que lo rodea con el objeto de que solo con dar una mirada rápida al texto, el lector pueda establecer con alguna certeza hacia donde se dirige.
- Subraye las palabras claves para que sirvan como texto del enlace.



- Establezca la longitud apropiada para el texto del enlace. Una oración completa es demasiado larga y difícil de leer y una palabra puede ser muy corta. Entre una y tres palabras es lo que regularmente funciona mejor siempre y cuando estas expresen con claridad el contenido. Tenga en cuenta que el texto subrayado es difícil de leer en la pantalla.
- Advierta a los lectores cuando un enlace pueda llevarlos a una situación que ellos no esperan.
- No repita el enlace cada vez que el texto de ese enlace aparezca dentro del documento.
- Si la página es corta, no establezca enlaces a otras partes de esa misma página (generalmente llamados marcadores). Los lectores esperan que los enlaces los lleve a otras páginas o a páginas externas.
- No cambie el color que automáticamente ofrece el navegador al usuario para los enlaces. Esto evitará que el usuario se confunda entre los sitios que ya ha visitado y los que no.
- Compruebe el funcionamiento de todos los enlaces. Resulta bastante desagradable dirigirse a un enlace y encontrar que éste no funciona. Existen programas que automáticamente revisan el funcionamiento adecuado de los enlaces.

Materialización del hipertexto: una mirada desde el software

El hipertexto se puede materializar en los sistemas de información con el uso de la herramienta HTML (*Hyper Text Mark Language*).

1. Historia

HTML fue dado a conocer en el año 1990 por Tim Berners-Lee, quien hace la primera mención de un código para procesar hipertexto en el archivo [HyperText.m](#) el cual fue desarrollado el 25 de Septiembre de 1990. Entre noviembre 27 al 30 de Noviembre, Tim y Robert Cailliau concurren en ECHT '90 – The European HyperText Convention y después de esta Tim ya tenía algunas ideas sobre la WWW (World Wide Wide). En los últimos meses de 1990, comenzó a producir más código y grabó el primer documento HTML. La página aun funciona con los más modernos navegadores y contiene [hipervínculos](#) funcionando.

Estos son las etiquetas y atributos manifiestos desde lo primeros cinco días de diciembre de 1990:

- Un documento del 3 de diciembre: h1, ol, li, a y a@href
- Un documento del 5 de diciembre: title, h2 y p

Aunque parezca increíble, todavía posible crear un documento de HTML que funcione decentemente solo usando estas etiquetas.



2. Definición

Según el consorcio W3C, HTML es una lengua para la publicación de hipertexto en la WWW, es un formato no propietario que puede ser creado y procesado por un amplio rango de herramientas, desde simples editores de texto – donde se escriben líneas, hasta sofisticadas herramientas autoras del tipo WYSIWYG (lo que usted ve es lo que usted obtiene).

3. Etiquetas

El HTML usa etiquetas (*tags* o marcas) que permiten estructurar el texto en encabezados, párrafos, listas, listas, hipertexto de links y que al ser enviados al navegador son interpretados dando lugar a lo que se conoce como una página Web.

Una etiqueta tiene la siguiente estructura:

`<Tag> Objeto afectado por el tag </Tag>`

Tag es una palabra que describe la característica o formato que se quiere dar al texto.

Son muchas las etiquetas que se utilizan en el HTML, dentro de las mas importantes se encuentran:

Las de estructura: se encargan de definir las partes principales de un documento en HTML, las cuales son el principio del documento (HTML), el encabezado (HEAD), el titulo en el navegador (TITLE) y el cuerpo del documento (BODY). Dentro del cuerpo se definen las demás etiquetas que manejan el contenido de la página.

Las de formato de texto: se encargan de dar forma a la manera en como se muestra el texto en el documento. Dentro de estas se encuentran las etiquetas para centrar objetos (CENTER), para poner negrilla al texto (B), cursiva (I) o subrayado (U), además para definir títulos o encabezados dentro de la página (H1, H2, H3, H4, H5 y H6).

4. Las marcas de Hipertexto en HTML

Posibilitan la navegación no lineal en las páginas en el WWW. A continuación se presentan algunas de ellas (Tabla 1)

Tipos de Vínculos	Tag en HTML
Vínculo con páginas cercanas. Permiten ir a páginas dentro del mismo sitio Web	<code>texto</code>
Vínculo con páginas lejanas. En este caso se quiere ir a una página que no está en el mismo sitio Web al que pertenece la página actual.	<code>texto</code>



Tipos de Vínculos	Tag en HTML
<p>Vínculos internos. Permiten ir a un lugar dentro del mismo documento. Este tipo de <i>links</i> exigen que se definan, las anclas y el hipervínculo mediante el uso de dos <i>tags</i>.</p>	<pre> Texto del Ancla < A href="#nombre> Texto de Hipervínculo </pre>
<p>Vínculo a correo electrónico. Cuando el cliente da clic sobre este vínculo invocara el software de correo, que le proveerá una ventana, donde podrá redactar un mensaje.</p>	<pre> Texto del vínculo </pre>

Tabla 1. Etiquetas para manejar hipertexto en HTML

En conclusión

El hipertexto desde la perspectiva informática se puede definir como el redireccionamiento hacia otros objetos digitales que hace el navegador a partir de un conjunto de etiquetas que le indican toda la información necesaria para localizar el recurso.

Bibliografía y cibergrafía

Eduteka (2003). *Hipertexto: qué es y cómo utilizarlo para escribir en medios electrónicos*. Consultado en Febrero 23, 2006 en <http://www.eduteka.org/ediciones/herramienta17-7.htm>

Tramullas, J (1997, 2000). *Sección 5: Hipertexto e hipermedia*. Consultado en Febrero 23, 2006 en <http://www.tramullas.com/documatica/5.html>.

Palmer, S. (s/d). *The Early History of HTML*. Consultado en Febrero 24, 2006 en <http://infomesh.net/html/history/early/>

Ragget, D. *Getting Started with HTML*. Consultada en Febrero 24, 2006 en <http://www.w3.org/MarkUp/Guide/>

Publicaciones anteriores

No aplica. Documento original.



Revista Q

Revista electrónica de divulgación académica y científica
de las investigaciones sobre la relación entre
Educación, Comunicación y Tecnología

ISSN: 1909-2814

Volumen 01 - Número 01
Enero – Junio de 2006

Una publicación del Grupo de Investigación Educación en Ambientes Virtuales (EAV),
adscrito a la Facultad de Educación de la Escuela de Educación y Pedagogía
de la Universidad Pontificia Bolivariana, con el sello de la Editorial UPB.



<http://revistaq.upb.edu.co> – www.upb.edu.co – revista.q@upb.edu.co

Circular 1a 70-01 (Bloque 9)
Teléfono: (+57) (+4) 415 90 15 ext. 6033 ó 6036
Medellín-Colombia-Suramérica