



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 9 – 2ª época - Director: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Gutiérrez, Siglic (2006) El reportaje inteligente en Internet. Aportes teórico-metodológico para la discusión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado el x de xx de 200x, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200613Siglic.htm>

[Revisor/ra: El artículo "El reportaje inteligente en Internet" es una aportación significativa al ámbito del análisis de los cibermedios. La teoría periodística encuentra en este texto un elemento más de significación para entender los cambios que se han presentado en torno a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación. Como espacio emergente es interesante el género reportaje como punto central de la investigación. Existe una coherencia entre elementos teóricos, argumentaciones y bibliografía]

El reportaje inteligente en Internet. Aportes teórico-metodológico para la discusión

Artículo recibido el 9 de febrero de 2006

Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 10 de febrero de 2006

Enviado a revisión el 11 de febrero de 2006

Aceptado el 2 de octubre de 2006

Publicado el 14 de octubre de 2006

Mgs. Siglic Gutiérrez © [C.V.]

Profesor titular

Escuela de Comunicación Social

Universidad Rafael Belloso Chacín (Maracaibo-Venezuela)

siglicgutierrez@yahoo.es

Resumen: Para asumir los retos que presenta el denominado periodismo impreso en Internet requiere de adaptación y creación, autores como Quim Gil; Ramón Salaverría, Javier Díaz Noci; Jacob Nielsen, Alicia Martínez J., Ainara Larrondo U. entre otros han llevado interesantes propuestas aceptadas dentro del mundo digital hispánico que han servido para unificar criterios en cuanto al género noticioso y el reportaje informativo. Sin embargo, uno de los aspectos menos discutidos dentro del denominado ciberperiodismo lo encontramos en la estructura y redacción del reportaje interpretativo, en todas sus manifestaciones. En esta oportunidad retomamos los postulados de los clásicos tales como Martín Vivaldi., Raul Peñaranda, José Alberto Martínez, John Hohenberg, Federico Alvarez, Enrique Castejon L., entre otros para proponer una discusión teórico-práctica de la redacción interpretativa en Internet bajo el planteamiento epistémico de la gestión del conocimiento de Iraset Páez.

Palabras clave: Ciberperiodismo – periodismo interpretativo – reportaje interpretativo – Internet

Abstract: To assume the challenges that the denominated media printed in Internet presents/displays requires of adaptation and creation, authors like Quim Gil; Ramón Salaverría, Javier Díaz Noci; Jacob Nielsen, Alicia Martínez J., Ainara Larrondo U. among others has taken interesting proposals accepted within the Hispanic world digital that have served to unify criteria as far as I generate news report and the informative news article. Nevertheless, one of the discussed aspects less within the denominated ciberjournalis we found in the structure and writing of the interpretative news article, in all its manifestations. In this opportunity we retook the postulates of classic such as the Martín Vivaldi., Raul Peñaranda, José Alberto Martínez, John Hohenberg, Federico Alvarez, Enrique Castejon L., among others to propose a discussion theoretical-practice of the interpretative writing in Internet under the epistemic exposition of the management of the knowledge of Iraset Paez.

Key Words: Ciberperiodismo – interpretative journalism – interpretative news article – Internet

Sumario: 1. Introducción. 2. El capricho de las necesidades. 3. La noticia en pocas palabras. 4. La noticia en Internet. 5. Lo local y lo global en el periodismo en red. 6. La gestión de la información periodística en Internet. 7. Las bases del reportaje inteligente. 8. El análisis dentro del periodismo. 9. La actualización en bits. 10. Del reportaje interpretativo al reportaje inteligente en Internet. 11. Una conclusión a discutir. 12. Bibliografía.

1. Introducción

Internet lleva a nuestros lectores a una espiral infinita de tentaciones informativas que tocan los entornos mas íntimos, así como a sus mas oscuros intereses escuchados bajo el anonimato de una computadora y un 'ratón'. Convirtiendo a una tecnología con una capacidad aparentemente globalizante a un chismorreo de esquina glocalizante al intentar conocer cuales son los entretelones en detalle que se tejen de los acontecimientos de su localidad o nación.

Las razones de esta actitud se ha comenzado a estudiar de manera muy tímida hasta el presente, sin embargo, todo indica,

que la razón de esta infidelidad por parte de los usuarios de periódicos on line radica en que ante este medio pueden asumir sus extravagantes y exigentes necesidades informativas Gutiérrez, S. (2001) ya que tienen el poder en varios clic de cambiar de periódico en periódico o simplemente colocar en Google varias palabras claves y a través de sus complejos algoritmos ubicarles toda una serie de informaciones basura o no referente de cualquier acontecimiento. Y como se mencionó, siempre estará girando dentro de su entorno

Esta situación obliga al periodista que desee incursionar en la red a pensar en las necesidades de sus lectores e invariablemente ayudarles a procesar ese alud de informaciones significativas o no que pueden aturdir los sentidos del receptor pero siempre situándolo dentro de su hipersegmentación de necesidades informativas.

Por otra parte, debe saber cómo integrar los gráficos y vínculos que posibiliten establecer ese contacto amigable con su receptor, pero sobre todo, ayudarle a organizar su información escrita con significado personalizado de acuerdo al público que se dirige; aspectos que no se han incorporado a la formación de los comunicadores sociales en la mayoría de las diferentes escuelas de comunicación latinoamericanas sobre lo cual esta generando muchísimas discusiones sobre si el periodista debe o no crear sus propias páginas WEB o dejárselos a los nuevos diseñadores gráficos que están formando las diversas universidades.

2. El capricho de las necesidades

Para penetrar en este intrincado mundo de la información en la red debemos comenzar por definir lo que es información periodística para ello tenemos en primer lugar al teórico venezolano Antonio Pasquali quien establece tres categorías de difusión, a saber:

1. Se entiende por difusión el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensible, a la totalidad del universo receptor disponible en una unidad geográfica, socio-política, cultural etc.
2. Se entiende por divulgación el envío de mensajes elaborados mediante la transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes omnicomprendibles, a la totalidad del universo receptor disponible
3. Se entiende por diseminación el envío de mensajes elaborados en lenguajes especializados a receptores selectivos y restringidos (En la adopción de estos tres términos se pretende haber respetado al máximo el sentido primario de los mismos: «Difundir» como derramar o desparramar libremente: «divulgar» por vulgarizar y hacer accesible al público, «Diseminar» como sembrar selectivamente en el lugar mas apropiado (Pasquali, A. 1990: 200-201).

De acuerdo a estas características conceptuales aportadas por Pasquali podemos clasificar tres grandes grupos de usuarios de la información como son las grandes mayorías o masas, los usuarios activos de la información y los especialistas.

Las grandes mayorías. Sobre este segmento poblacional es mucho lo que se ha escrito y estudiado. Ortega y Gasset (1930) le ha acusado de ser masa, de poseer los más bajos instintos cuando se encuentra en grandes concentraciones, mientras que otros, como Mao Tse Tung la han llamado «el motor de la historia». Sin embargo, en todas las conceptualizaciones existentes hasta el presente se encuentra el concepto Educación e información, aquí podemos señalar a todos los medios de comunicación conocidos como potenciales portadores de educación e información para la transformación o para su manipulación.

Los usuarios activos de la información tales como industriales, profesionales de todas las áreas, productores agropecuarios, gente común pero con profunda curiosidad en los acontecimientos y otros, que en este caso serían aquellos que requieren información especializada pero sin ser encriptada para sus tomas de decisiones.

Los especialistas de la información. Estos usuarios están conformados por Investigadores activos, científicos, docentes, alumnos de maestría y tesis entre otros expertos que requieren conocer los últimos adelantos sobre su área de conocimiento; consumidores de información altamente especializada, para utilizarla en los procesos de cambio o transformación (Pasquali, A. 1990: 202). (Nuñez, I. 2005)

En el caso que estudiamos trasladaremos nuestras inquietudes cognitivas a los especialistas de la información, pero desde la perspectiva del uso del periodismo especializado en internet. Pero primero debemos ubicar el concepto de noticia en la actualidad para adentrarnos a su compleja metamorfosis acontecida entre los siglos y unos.

3. La noticia en pocas palabras

Mar de Fontcuberta (1980: 12) expresa que “la noticia es un suceso que interesa a un número importante de personas”. Acordando con Escudero (1996:73), también se puede definir la noticia como “la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos”.

Como “imagen del presente social” la cualifica Gómez, M. (1991), representa el relato de un suceso que implica o afecta a individuos de la sociedad. Es entonces, el género periodístico que relata un acontecimiento cuyos rasgos novedosos y efectos futuros sobre la sociedad le agregan un especial reconocimiento entre los lectores.

Pero existe un concepto de elaboración más reciente de Benavides y Quintero (1997: 63) en el cual se mezclan la vieja cuña de que “se considera noticia la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos, una interrupción de lo esperado” y la combinación de una nueva de este género cuyo núcleo radica en los estudios emocionales, tras considerarla como “toda aquella información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre sus vidas”.

De tal suerte que para acercarnos a la definición del género se debe tomar en cuenta que la noticia comprende tres elementos clave:

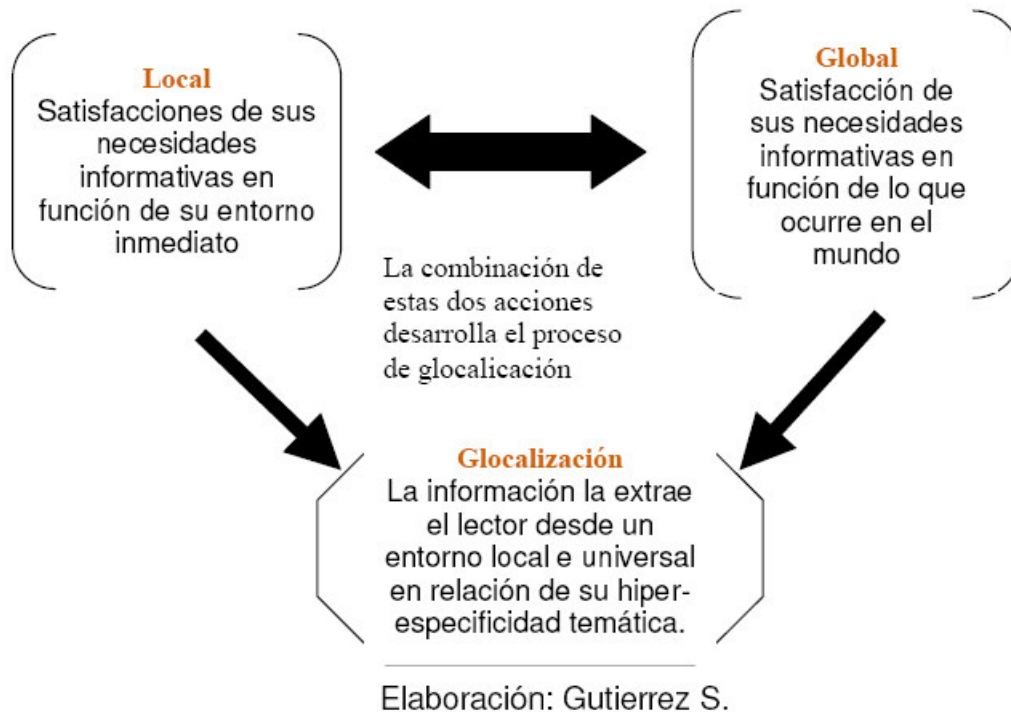
1. Proviene de acontecimientos novedosos, de data reciente o de reciente descubrimiento.
2. Su contenido satisface la necesidad social de mantenerse informado sobre el acontecer en su entorno local y mundial, a partir del cual el individuo toma decisiones acertadas sobre su vida.
3. Su trascendencia e importancia va de la mano de las características específicas e intereses del lector al cual

se dirige el medio de comunicación. De manera que para una comunidad un acontecimiento será poco relevante, mientras que para otra el hecho será crucial en su destino.

4. La noticia en Internet

Cuando el lector de periódico se encuentra ante las noticias en una computadora su perfil cambia notoriamente, y su rol se difuma entre las categorías antes expuesta; la pasividad impuesta por el papel se rompe en el instante que se ubica delante de una pantalla plana y un ratón con el cual dirige su interés de información o conocimiento, como lo mencionamos anteriormente, sus necesidades son específicas, y la intención primordial de su quehacer es conocer a profundidad para actuar.

El lector de noticias ante Internet (Modelo dialéctico)



Elaboración: Gutiérrez S.

5. Lo local y lo global en el periodismo en red

La propuesta anteriormente esquematizada se sustenta en las disertaciones teóricas de Alicia J. Martínez (2003) quien clasifica al periodismo glocal en la red dentro de las siguientes características:

- Dada la capacidad de la red de interconectar a los ciudadanos y a las Administraciones, de acortar el espacio físico existente entre ellos podemos ampliar el concepto de lo 'local' hasta el ámbito regional y, aún más, podemos calificar de 'periodismo local' a aquel que trata las diferentes temáticas desde el punto de vista de la proximidad al ciudadano, sea cual sea la procedencia de la información;
- No existe la necesidad, aunque sea recomendable, de que la redacción se encuentre ubicada físicamente en el ámbito local. Herramientas como el correo electrónico y la presencia en la World Wide Web de las fuentes y de las agencias de noticias posibilitan el distanciamiento espacial de la redacción.

Pero, lo más importante es que la distribución de un 'producto informativo local' en la red no está limitada a las fronteras del espacio físico del que se nutre y al que sirve. En el mismo artículo la investigadora aclara la manera de abordar ese proceso de "glocalización" de la noticia.

Pero, ¿qué tipo de periodismo local-global?

Como hemos visto, más allá de la proximidad espacial que caracteriza al periodismo 'local' tradicional, el 'Nuevo Periodismo Local en la Red' hace referencia también a una proximidad al ciudadano suprageográfica que responde a una "vinculación afectiva y temática", y, por tanto debe hacer especial hincapié en noticias que se caracterizan por su 'utilidad'. Un 'Periodismo de Utilidad' que remite al lector a conocer la profundidad de las cosas, así como todo un abanico de noticias que le permiten vivir mejor o simplemente que le ayudan a resolver problemas de su vida cotidiana".

Atendiendo pues a estas características podríamos distinguir 'dos tipos de Periodismo Local en la Red': Martínez, A. Juan (2003)

.- Periodismo Local, identificado como servicio a los ciudadanos que comparten un mismo espacio físico, geográfico y jurídico

.- Periodismo Local de Utilidad, cuya característica principal es que la temática escogida y su tratamiento acercan al ciudadano los grandes temas para posibilitarle un mejor entendimiento de su realidad más cercana y darle claves que le ayuden a enfrentarse a los problemas cotidianos.

O como lo dirían Martínez Albertos, J. (1997) "No es un mensaje colectivo para ser consumido en igualdad de condiciones por una masa de receptores: es una oferta concreta que cada receptor seleccionará individualmente para adoptar las decisiones pertinentes"

Ahora bien, aclarada ya lo que significa noticia en red y la utilidad que el usuario le da a la misma es necesario ubicarnos que tipo de contenido es el que vamos a trabajar en la red.

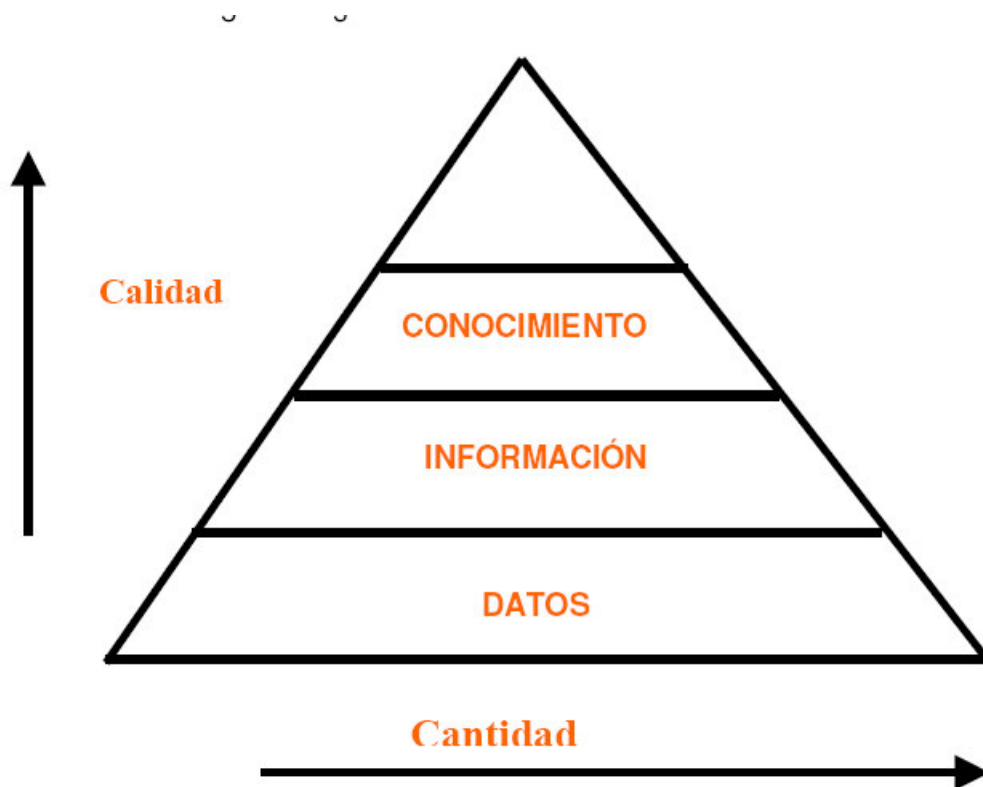
6. La gestión de la información periodística en Internet

En estos momentos la mayoría de los periódicos en línea que han trasladado sus trabajos periodísticos al Internet procuran cobrar sus servicios informativos, los reportajes interpretativo han desaparecido de la red de los periódicos formales; la ley del mercado ya es un hecho de manera evidente. Hasta el 2004 se podía uno topa con periódicos y revistas con temas de interés sin tener que suscribirse a los servicios.

Las revistas científicas de alto impacto para el 2000 ya estaban en bases de datos en línea y se comenzaron a ofrecer a un costo determinado, hoy le toca a la información divulgativa, es decir, a los periódicos y revistas en línea.

El alto valor agregado de conocimiento que debe dispensarse en la información On line tal vez sería la responsable del tal salto, ya que la publicidad en Internet por lo visto no ha tenido los resultados esperados por los dueños de los medios. Núñez P.,I. (2003)

Pero ¿como se genera este proceso de gestión de la Información? Con la finalidad de visualizarlo hemos tomado el modelo desarrollado por el investigador venezolano Iraset Páez (1992). Veamos su propuesta esquemática en el siguiente grafico:



Siguiendo a Páez, I. (1992) tenemos que en la base de la pirámide encontramos:

Datos: el elemento primigenio de la información son los registros icónicos, simbólicos (fenómeno o numérico) o sígnicos (lingüísticos, lógicos o matemáticos) por medio de los cuales se representan hechos, conceptos o instrucciones.

Información: datos o materias informacional relacionada o estructurada de manera actual o potencial significativa.

Conocimiento: estructura informacionales que, al internalizarse se integran a sistemas de reacondicionamientos simbólicos de más alto nivel y permanencia.

Inteligencia: estructura de conocimiento que siendo contextualmente relevantes, permiten la intervención ventajosa de la realidad. Páez I. (1992)

De acuerdo con lo antes expuestos la pirámide nos permite tener una estructura de como se debe organizar la información,

los datos, el conocimiento hasta llegar a la inteligencia. Del mismo modo existe una estrecha relación entre información y conocimiento. La información es la materia prima y el conocimiento es el recurso mental mediante el cual se le agrega valor. El aumento de valor de los productos y servicios debe efectuarse a partir de un conocimiento expresado como información que incide en diferentes resultados.

Si trasladamos esta estructura cognitiva a las necesidades del lector de medios electrónicos se traduciría en el siguiente proceso:

Datos: Tendríamos que equiparlo a los titulares de prensa de los medios impresos o audiovisuales cuyo receptor se conforma con enterarse de manera superficial y sucinta de los acontecimientos o hechos.

En los medios digitales el paralelismo resultaría datos igual a la lectura de títulos.

Información: En este punto debemos tomar en consideración la propuesta conceptual de Benavides y Quintero (1997:63) en el cual se mezclan la vieja cuña de que "se considera noticia la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos, una interrupción de lo esperado" y la combinación con los estudios emocionales, tras considerarla como "toda aquella información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre sus vidas".

Al trasladarlo a los medios digitales la premisa teórica sigue siendo la misma lo que comienza a cambiar para el lector es que tiene la posibilidad de confrontarla con otros medios la misma información de manera inmediata.

Lo que le lleva de manera lógica a una permanente infidelidad hacia su medio impreso o audiovisual, por lo general, el contraste de enfoques es lo llamativo para este lector.

Conocimiento: El lector procura insertarse en los contenidos informativos organizando y comparando con la finalidad de identificar los significados ocultos diferenciando, analizando. Esta estructura informativa en los medios tradicionales la obtiene el lector a través de los géneros informativos reportajes informativos, interpretativo, crónicas, artículos de opinión los cuales le proporcionan un panorama general de los acontecimientos que le interesan. Al ubicar a dicho lector en el Internet tiene a su disposición los hipervínculos y confrontación de información lo que le permite una mayor profundidad en la lectura y conocimiento de los hechos.

Inteligente: En este punto el lector se convierte en un ser actuante debido a que además de estructurar la información y jerarquizarla la utiliza para generar cambios en su entorno.

Para desarrollar nuestra temática abordaremos lo que hemos denominado el reportaje inteligente partiendo de la estructura Interpretativa.

7. Las bases del reportaje inteligente

El usuario de periódicos al intentar trasladar esa sed de conocimiento en ceros y unos su situación cambia profundamente debido a que existen nuevas alternativas mucho más efectista donde se combinan imágenes, sonidos, hipertextos lo que amerita detenernos en algunos de sus aspectos más relevantes para poder integrarnos dentro del periodismo del conocimiento. Al respecto diserta Larrondo Ureta, A. (2004);

Como es bien sabido, el hipertexto posee una retórica particular que supone la vertebración de las historias alejada de estructuras lineales y cerradas, es decir, posibilita la elaboración de textos más profundos y complejos, con mayor cantidad de datos que pueden ser leídos de manera no secuencial. Sin duda, un aspecto esencial a tener en cuenta por el periodista del medio digital, quien a la hora de elaborar sus mensajes tampoco podrá obviar la posibilidad que ofrecen los cibermedios de incluir, en un mismo relato, informaciones hipertextuales junto con otras de tipo multimedia como pueden ser sonidos o imágenes. Esta combinación de hipertexto y multimedia, conocida también como "hipermedia", otorga un amplio abanico de posibilidades para ofrecer la información al lector, una mayor ductilidad a la hora de estructurar los textos que, en contrapartida, exigen un conocimiento de la técnica hipertextual y una capacidad asociativa por parte del periodista. Larrondo, U. (2004)

Edo B., Concha (2000) señala que "el elemento básico de todo sistema de trabajo es el enlace o, mejor, el conjunto de enlaces. Todos deben de estar integrados en una secuencia lógica y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido previamente estructurado por el periodista con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado".

7.1. El periodista ante los caprichos

Ante esta altísima exigencia que le impone Internet y sus usuarios a los ciberperiodistas muchos se abalanzan a intentar dominar toda la parafernalia novedosa y siempre inconclusa de paquetes tecnológicos que cada seis meses o menos se están renovando o "actualizando". Gutiérrez.S. (2002).

Esta espiral tecnológica inalcanzable obliga también a una hiperespecialización al periodista digital ya que además de manejar todo lo concerniente a los géneros periodísticos debe insertarse dentro de otro proceso de aprendizaje referente a las TICs

"el periodista no puede conformarse con acciones más bien espontáneas, como el aprender operando, durante su actividad cotidiana de producir información, puesto que esta práctica conduce escasamente a un conocimiento superficial de la tecnología, por demás insuficiente para que la aproveche en niveles óptimos y ocurra una real transferencia tecnológica". Mogollón, H. (2003).

La asimilación tecnológica se asume como un proceso que va más allá del aprendizaje espontáneo. Cuando el aprendizaje implique un acto intencional, planificado y sistemático, por medio del aprender contratando, buscando o cambiando, que conlleve a la inversión de recursos para generar capacidad tecnológica, estaremos en presencia de un proceso de asimilación tecnológica. Neüman, M. (2003).

Sin embargo dentro de este tópico existen argumentos diversos que señalan que los periodistas deben circunscribirse

exclusivamente a su labor redaccional y dejar a los diseñadores gráficos su trabajo de diseño ya que para ello existen escuelas técnicas y universitarias consolidadas en todos los países.

Actualmente esta discusión no esta por concluir ni tienen visos de aclararse debido a que el mundo cambiante de Internet y sus efectos se encuentra en sus primeras etapas, no obstante; lo que si resulta cierto que de dedicarse un periodista digital exclusivamente en esa área debe no solamente dominar elementos profundos de redacción, sino que tienen que disponer del tiempo necesario para adquirir las destrezas y habilidades para el manejo de paquetes basados en programación como lo es Flash o Quark press cuyo proceso de aprendizaje es de aproximadamente de seis meses a un año dependiendo de la capacidad del profesional. Al respecto, María Á. Cabrera (2003) nos refiere:

El periodista ha de hacerse un hueco en el mercado de las nuevas tecnologías y para eso, no le queda más remedio que hacerse valer. Desgraciadamente, todavía existe un conflicto de competencias entre los periodistas, los técnicos informáticos y los ingenieros en telecomunicaciones que provoca no pocas tensiones dentro de la mayoría de las empresas de comunicación cuando se plantean el desarrollo de su versión digital u online. Se trata de una situación delicada donde es preciso aplicar el bisturí. El periodista, al menos, debe reivindicar su papel de gestor de contenidos informativos, mientras que los informáticos e ingenieros deben limitarse a solucionar los problemas técnicos que pueda generar el envío de la información que previamente han trabajado los periodistas. Por tanto, si queremos atajar el problema recurriendo a una solución salomónica podemos afirmar que la elaboración es tarea del periodista y la distribución de los técnicos

Para evitar posibles pérdidas de competencias el periodista debe asumir su papel de mediador de la información, de seleccionador de la misma en los actuales flujos informativos, de manera que los ofrezca de forma sintetizada, referenciada, contrastada y por tanto, susceptible de fiabilidad. Sólo así, contribuiremos a la deseada conversión de la información en conocimiento.

A pesar de esta razonable posición salomónica nos deja por fuera el conflicto de intereses entres el periodista y el diseñador. Parece ser que en los medios electrónicos independientes es donde se localizan la mayoría de los periodistas elaborando sus propias paginas web.

7.2. La información en el reportaje inteligente

Como afirma el profesor Postman, Neil (2001) de la Universidad de Nueva York, los periodistas de hoy tienen una apremiante necesidad de pensar en las necesidades de sus lectores. Para acertar en la oferta de contenidos y cumplir con la responsabilidad social que el periodista debe asumir frente al resto de emisores de información en la red, es preciso considerar al individuo de nuestra supertecnificada sociedad como emisor-receptor-actor.

Los estudios sociológicos pueden llegar a arrojar nuevos datos sobre las cualidades y preferencias de las audiencias, lo que enriquecerá la visión que el periodista necesita para lograr la fidelidad y aumento de sus lectores. No obstante, frente a los meros datos estadísticos, debe confiar en que su capacidad creativa y la calidad de su trabajo son sus mejores aliados en el ejercicio de la profesión.

7.3. El reportaje interpretativo: base del reportaje inteligente

Una de las alternativas que podría ubicar al periodista como el verdadero gestor de la información la encontramos en el reportaje interpretativo, genero híbrido desde sus comienzos que ha sido delegado a sus últimos derroteros en la prensa escrita.

Su presencia en Internet ha sido desplazada a tal punto que apenas se localiza en alguna que otra revista especializada; pero en las agencias de noticias internacionales y los periódicos diarios prácticamente ha desaparecido.

La Infografía, las informaciones graficadas con imágenes en movimiento, ha tomado de la mano a la interpretación y la han arrodillado en el rincón de los innombrables, sin embargo el lector se encuentran allí, con sus múltiples necesidades de información intentando captar y comprender lo que ocurre en el mundo para entender el suyo y de esta manera asumir posturas y acciones coherentes a su entorno.

Antes de poder entrar en detalles sobre la construcción del reportaje inteligente en la red resulta indispensable que se conozca las características del interpretativo en formato papel.

7.4. Estructura del reportaje interpretativo desde el papel

El primer elemento que debe tomarse en cuenta para la elaboración del reportaje interpretativo es la profanación de la pirámide invertida Herrera, E. (1987: 64), es decir, aquel profesional que quiera tener un buen resultado en su reportaje interpretativo no tiene mas remedio que asumir una nueva estructura "En un reportaje interpretativo todos los elementos son importantes. En el encabezamiento esta planteada la tesis que ha formulado el periodista luego de su investigación". Herrera, E. (1987).

En el cuerpo o desarrollo se va a demostrar esa tesis, colocando el problema en su contexto, teniendo en cuenta los hechos colaterales o secundarios y estableciendo sus causas y consecuencias. Al final, el periodista expondrá las conclusiones de su trabajo. Entre todos estos elementos hay concatenación y coherencia. No se puede cortar el reportaje por ninguno de sus extremo sin que este pierda significación"

Al respecto Federico Álvarez (1978:38) argumenta: "El documental cinematográfico ha sido, en gran parte, el modelo del esquema propio del reportaje Interpretativo. En ambos... se parte de un planteamiento con carácter de tesis, se demuestra ese planteamiento y se proponen conclusiones", es decir, aunque no tenga la estructura piramidal el reportaje debe poseer : tesis, cuerpo y conclusiones.

Al ver el hecho o acontecimiento como un todo debe observarse las diferentes causas y el efecto que lo genera.

Deben relacionarse e indicar las futuras consecuencias a corto mediano y largo plazo. En la concepción y planificación de un reportaje siempre resulta beneficioso la elaboración de un esquema que ayude a organizar de acuerdo a los datos obtenidos

y enfoque.

8. El análisis dentro del periodismo

Si concebimos el análisis como la desmembración del todo en sus partes nos lleva entonces a concebir que la noticia sería el todo y los elementos que la conforman serían sus partes, pero en el caso del periodismo interpretativo se asume que las diversas variables que originan un suceso posee diferentes perspectiva y ángulos para ser percibido.

Ejemplo:

Si se redacta una información referente al aumento del precio del petróleo y en la misma se señala como factores que inciden en este hecho tales como: a) los ataques suicidas en el oriente medio a objetivos pro occidentales, b) estadísticas varias referentes a la fluctuación de los precios, b) el prolongamiento del invierno en los países europeos y Estados Unidos; todos ellos son los factores que conforman un análisis periodístico al ser señalados como posibles causantes del aumento del precio del petróleo.

8.1. La valoración en el periodismo interpretativo

De acuerdo al concepto emitido por Fagoaga (1982: 27) denomina valoración "a los datos estimativos que intentan prever consecuencias a las que esos hechos conducen". Es decir, luego de efectuar un análisis referente al hecho noticioso el periodista procura visionar el futuro. En el ejemplo anteriormente expuesto tendríamos que utilizar todos los datos obtenidos relacionarlos entre sí entrevistar a expertos para que nos ofrezcan entre todos los datos recogidos el futuro del precio del petróleo en los próximos meses o días.

Al establecer dentro del corpus noticioso las relaciones existentes de los diversos elementos que la conforman se tiene la posibilidad de ir mas allá del simple relato, se puede predecir los futuros acontecimientos

8.2. La entrada Interpretativa

Indudablemente que la entrada en el periodismo en cualquiera de sus géneros y presentaciones resulta ser la parte primordial del mismo por que de él depende que el lector siga letra a letra el relato, esto en cuanto al periodismo informativo, en el genero interpretativo la entrada resulta todavía mucho mas complejo ya que no maneja un hecho o varios hechos múltiples; maneja conceptos y variables que se relacionan profundamente y muchas veces de manera no evidente los cuales deben ser expuesto de forma clara y ordenada sin que el tiempo o lo que llaman "actualidad noticiosa" Gutiérrez, S. y Mogollón, H. (2004) sea el factor determinante para que el reportaje sea atractivo para el lector.

De acuerdo a Benavides y Quintero (1997: 229) "la entrada noticiosa prácticamente no se usa en el reportaje ya que los temas tratados aquí son mas atemporales. Por ello los reporteros utilizan lo que en el periodismo estadounidense se conoce como feacture lead o softnews lead. Este tipo de entrada debe ser un gancho que atrape al lector y en verdad no hay una fórmula única. La entrada anecdótica es la mas frecuenten el periodismo interpretativo porque pinta una situación particular para luego generalizarla

Dos de los más destacados estudiosos del periodismo interpretativo como son la española Petra María Scanella y el norteamericano John Hohenberg. Quién considera que "La entrada sirve de punto de partida para iniciar el relato no es la descripción de un hecho, como ocurre en el relato directo; generalmente se estructura con dato de análisis o estimativos, de ahí que este tipo de lead se conozca como «lead interpretativo» y que Secanella define como aquel «que lleva a los lectores a analizar la noticia ya desde el primer párrafo, si es directo, o en los siguientes si es diferido» (1980: 48). Hohenberg aconseja que cuando el redactor o la redactora elija una entrada de este tipo, la interpretación que se ha dado para abrir la información debe ser documentada inmediatamente, es decir, en los primeros párrafos (Hohenberg 1978: 398). Con esa apreciación, Hohenberg quiere significar dos cosas: la primera, que el afán de interpretar, legítimo en cualquier periodista especializado, no debe darse sin la aplicación de las técnicas adecuadas (la interpretación requiere inmediata documentación) y, en segundo lugar que, en casos de documentación insuficiente, un lead informativo directo también resulta válido y luego ser interpretado o, por decirlo con sus palabras, «cuando la explicación no es completa ni convincente, un lead propio de relato directo es mejor que una cualificada interpretación que puede intercalarse después en cualquier párrafo».

Scanella sobre este tópico hace hincapié que el lid interpretativo se acoge perfectamente al denominado "lid diferido" debido a que no da la información básica en el primer párrafo, sino que la coloca en el cuerpo según las necesidades del relato" Secanella (1980: 72)

Pero lo más importante desde nuestra perspectiva es la aclaratoria que hace Hohenberg referente a la existencia de varios significados que puede dársele a un hecho al respecto comenta "Si existen varios posibles significados, y no hay ninguna indicación acerca de cuál es el correcto, todos estos significados deben darse, con la explicación precisa que demanden" para alcanzar este objetivo hemos desarrolla una técnica que mostraremos mas adelante denominado "esquema cognitivo del reportaje Interpretativo".

8.3. Desmontando la entrada

Luego de haber repasado los autores mencionados arriba con sus respectivas argumentaciones en este aparte proponemos algunas indicaciones practicas que posibilitan la elaboración de entradas interpretativas tomando en consideración los tres elementos contentivos en los expertos antes nombrados y estos son la valoración, el análisis, los antecedentes y las entradas interrogativas.

La mas utilizada dentro de este genero se estructura con datos de análisis o estimativos no con la descripción de los hechos, tal como ocurre con el relato directo. Documentando inmediatamente lo planteado.

En el primer párrafo de la información debe establecerse el problema al cual se va trabajar, bien sea con una entrada valorativa, analítica o interrogativa donde se vislumbre las diferentes variables que conforman el objeto del reportaje.

En la entrada analítica se puede formar con los antecedentes del problema o las estadísticas que visualicen el problema.

En cuanto a la interrogativa va directamente a la situación con sus implicaciones

Es importante señalar que una entrada interpretativa en Internet no debe pasar de dos párrafos cada uno con un máximo de 40 palabras que posibiliten al lector la comprensión total del hecho o problema a presentar.

Ejem de un solo párrafo.

Tradicional (5WH)

Tres nuevos conflictos tiene el gobierno nacional por incumplimiento de las cláusulas contractuales con los trabajadores de educación, salud y tribunales. Los directivos representantes de los tres gremios comienzan a correr la hora cero desde mañana.

Interpretativa valorativa

El gobierno nacional ha decidido agregar tres nuevos elementos de conflictos a su larga cadena de huelgas y paros al no cumplir sus compromisos contractuales con los trabajadores de la salud, docentes y tribunales.

Interpretativa analítica con antecedentes

El primer gremio en paralizar sus labores fue la nómina mayor de PDVSA el 2 de octubre, luego los transportistas de gasolina; Hace dos semanas las rutas extra-urbanas y hoy los gremios de salud, educación y tribunales, proporcionándole un piso cada vez más inestable al gobierno nacional.

Entrada interpretativa interrogativa

¿Hasta donde el gobierno podrá soportar la arremetida sostenida desde hace tres meses por diferentes sectores de la oposición? Hoy se suman a la lista de paros los gremios docentes, salud y tribunales si el estado no salda sus compromisos contractuales.

Veamos cada uno de las entradas presentadas:

En la primera no existe valoración, ni análisis como tampoco antecedentes de los hechos, por lo tanto, no tiene valor agregado para el lector. Los hechos se presentan sin connotaciones de futuro o implicaciones a largo o mediano plazo.

En la segunda (valorativa) el reportero incorpora su apreciación respecto al acontecimiento ya que juzga a la acción del gobierno como conflictiva.

En la tercera entrada (analítica con antecedentes) desmonta la situación en sus elementos más significativos y asume los rasgos más pertinentes del pasado que tienen una relación directa con el hecho.

Por último la entrada interrogativa es tal vez la más utilizada dentro de este genero y la menos vistosa, sin embargo, va directo a la situación y lo que al futuro atañe.

Los mensajes interpretativos no aportan relación de acontecimientos inéditos. El proceso de elaboración se inicia a partir de unos hechos que se han difundido con anterioridad como mensajes informativos directos.

8.4. Proceso de la Interpretación

El back-ground, o antecedentes proporcionan una situación de fondo; el análisis, datos que intentan explicar los hechos referidos; y por últimos, la valoración, datos estimativos que intentan prever consecuencias a las que esos hechos conducen.

Entre la entrada y el cierre ubicamos el cuerpo y hasta ahora tenemos la entrada, hemos definido y conceptualizado un problema y lo hemos transformado de tal manera que se encuentra accesible a un determinado lector, pero ahora debemos mostrar el cuerpo, hay que rellenarlo, debemos seguir una estructura para que sea atractivo e interesante, pero con profundidad, que sintamos que es un aporte a la comunidad.

Pero "La profundidad depende mas de quién escribe que de lo que se escribe" Vivaldi M. (1995: 90), a pesar de ello Vivaldi se atreve a conceptualizar al reportaje profundo como "aquel que cuenta, no solamente lo que pasa, sino lo que pasa por dentro de lo que acontece" Vivaldi, M. (1995: 103).

Y nosotros nos preguntamos ¿Cuándo es un reportaje profundo? Y según el mismo autor nos dice "es presentar los hechos del modo más completo posible".Entonces caemos en otra interrogante ¿como organizamos esos hechos?.

Los autores que se han dedicado a estudiar sistemáticamente la manera de estructurar el cuerpo coinciden que estos se pueden organizar por: Temas o bloques, cronológicos, por orden espacial o lugar. Leñero, V. y Marín, C. (1986: 212); Benavides, J y Quintero, H.(1997: 236); Ulibarri, E.(1994: 192)

Cada uno de ellos tiene sus especificidades para abordar dichas estructuras las cuales las resumiremos de la siguiente manera:

Subtemas o bloques temáticos

La elaboración del mismo esta centrada en los aspectos en que se desenvuelve el reportaje se dividen en bloques de contenido los cuales expresan una o varias ideas, pero todas centradas en un solo objetivo. Este es el mas común de todos; mas aún, este pervive en las otras estructuras ya que es difícil hilvanar una redacción sin tener que separar los contenidos por bloques temáticos.

Para separarlos es necesario colocarle un ínter título o ladillo que identifique el subtema a tratar, aunque igualmente hay que

hacerlo con todos.

Ejemplo:

Tomemos el caso de unas elecciones regionales las cuales suponen fraudulentas por la oposición.

Luego de manifestar en la entrada las dudas y consideraciones y antecedentes del caso un primer bloque sería

a) El gobernador en el banquillo

En este punto los miembros de la oposición muestran sus "pruebas" y manifiestan sus dudas respecto a la organización junto con ellos las declaraciones de los representantes del gobernador.

b) ¿Urnas transparentes?

Aquí se deja escuchar la voz de los organizadores de las elecciones y sus apreciaciones referentes a las maquinas y controles.

c) Votos a la vista

Se ubicarían a los observadores nacionales e internacionales y las diversas visiones que estos poseen referente al proceso. Y así sucesivamente hasta llegar al cierre

Indudablemente que existen muchas mas formas de organizar el cuerpo de un reportaje pero todas están supeditadas a las consideraciones de cada experto, sobre este aspecto hemos considerado que la estructura aportada por todos ellos es valida siempre y cuando responda al ¿por qué? y el ¿cómo? que valida al periodismo interpretativo.

Otro de los elementos primordiales a tomar en consideración son las fuentes documentales y las fuentes de Internet las cuales deben tener las mismas características de confrontación o diversidad de criterios que le posibiliten al lector tener una idea de la magnitud del acontecimiento en cuanto a las diversas posiciones que puedan darse, siempre y cuando estén sustentadas por hechos y datos concretos y verificables.

La verificación de los datos resulta indispensable por que a partir de ellos las afirmaciones contenidas en el reportaje se pueden cotejar y en muchas ocasiones le dan al lector la oportunidad de asumir su propia postura, independientemente de la interpretación que le haga el periodista cuando este realiza su labor de manera honesta

8.5. El cierre en el reportaje

Ya todo esta dicho, sin embargo, debemos ayudar a nuestro lector a reflexionar sobre lo que le hemos mostrado, tomando en consideración algunos de los elementos que evaluamos más resaltantes. Durante el reportaje tuvimos que evidenciarles las diversas tendencias, observaciones, enfoques de lo que se nutrió pero debemos permitirle al lector que saque sus propias conclusiones, para ello es indispensable que vea con claridad hacia dónde van cada una de las tendencias sus pro y sus contras pero expuesto en boca de los expertos y nuestras estadísticas.

Autores como Ulibarri E. (1994), Benavides, J. y Quintero C. (1997), Castejón E. (1992), Martínez A, J. (1998), entre otros, consideran entre los dispositivos retóricos que mayormente se utilizan para el remate son dos el circular y el de futuro.

Circular

Lo que se dijo en el principio debe retomarse para negarse, afirmarse o sencillamente posibilitarle al lector que asuma su postura ante lo tratado, el vuelo estilístico literario, tal como lo plantea Vivaldi, debe acompañar al periodista en el remate. La valoración en el final es indispensable porque en este punto debe confrontar al lector pero invitándolo a reflexionar sobre todo lo leído proporcionándole los elementos necesarios para que asuma sus propias decisiones.

Futuro.

Todo lo planteado en el reportaje el periodista lo recoge y procura establecer las posibles directrices de lo que ocurrirá en el futuro de mantenerse las condiciones que hasta el presente se tienen.

En este caso se realiza intencional pero no debemos olvidar que todo lo que hacemos hoy repercutirá mañana. De una u otra forma todos los cierres tienden a visionar el futuro bien sea de forma directa o indirecta porque si el cierre concluye en incógnita Ulibarri E. (1994) indirectamente procuramos visionar el futuro.

Es de hacer notar que el remate circular es también un remate a futuro ya que procura dejarle al lector una reflexión sobre los acontecimiento y una nueva manera de percibir los hechos, por lo tanto, una experiencia cognitiva novedosa de un hecho de hoy necesaria para confrontar los acontecimientos por venir.

9. La actualización en bits

La digitalización como herramienta tecnológica ha roto paradigmas en cuanto la utilización y masificación de los mensajes noticiosos y resulta muy probable que sea la televisión quién mas beneficios a obtenido.

La imagen digitalizada como herramienta para mostrar, explicar y manipular la información resulta infinita tanto es así que ha sido posible ofrecer una nueva especialización en el mundo académico como lo es la infografía cuyo concepto esta determinado por el medio al cual se inserte.

"El término infografía es utilizado en dos sentidos diferentes: uno se refiere a la moderna animática realizada por ordenador de donde se entiende que su raíz «info» le venga de informática y con «grafía» se hace referencia a la animación. El otro es la infografía que se encuentra en los diarios que parece estar asentada en pilares más antiguos y clásicos, aquí «info» hace referencia a información, y «grafía» le viene de gráfica.

Este neologismo tiene su origen en Estados Unidos, allí llaman al término «information graphics», de donde pasa a «infographic». En castellano la traducción se denomina infografía"...

"La infografía debe ser una unidad informativa como lo es una crónica, un artículo o un reportaje, ha de contener la

información suficiente para responder a las clásicas preguntas qué, cómo, dónde, quién, cuándo, las clásicas cuestiones del periodismo sajón y universal;...ha de decir toda la información para comprender mejor un hecho por ella misma, sin necesidad de otros soportes literarios o textuales, fuera de su marco o de sus límites gráficos. Es imprescindible que aparezca la información literaria precisa para ubicar el acontecimiento en el tiempo y en el espacio». Sólo en estos términos, la infografía tiene «capacidad de autonomía informativa plena». De Pablos Coello, J.M. (2000)

En otras palabras, ordena mucho mejor la información y esquematiza un sin número de datos que aisladamente resultaría tedioso para la comprensibilidad del mensaje, así como por el tiempo invertido en la lectura del mensaje, facilita la lectura pero no irrumpe más allá de los esquemas del periodismo informativo, el por qué no forma parte de la infografía. Lo cual vale para su expresión tanto en impreso como en la televisión.

Si a esta nueva condición le agregamos la premisa ya estudiada del impacto que posee la instantaneidad de la información por parte de los medios audiovisuales inmediatamente observamos que los medios impresos tienen mucho que perder ya que lo único que les deja a estos es la explicación de los acontecimientos a través del periodismo interpretativo.

Pero esa profundidad para la acción tiene un costo y ese costo se convierte en dinero ya que posee un valor agregado que le posibilita al lector tomar decisiones, al respecto asumimos la propuesta discutida anteriormente discutida de la comunicóloga Alicia Martínez (2003).

Si a esto se le añade que los contenidos que va a elaborar están dirigidos a un público 'local', con unos intereses comunes y cercanos a su realidad político-social.

9.1. Lo que se debe aprender

Los siguientes párrafos de este aparte es un resumen elaborado para visualizar los aporte teóricos de los autores Alicia J. Martínez, J (2003); Quim Gil (2001; 2003; 2004), Díaz Noci, (2004) Ramón Salaverría (2001; 2004; 2005) Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría Aliaga (2003)

A pesar de que se escucha bien y se presenta hermoso los procesos para alcanzar estos cambios no son tan a la ligera debido a que el Internet rompe muchos paradigmas digeridos por los periodistas por muchos años; además la interrelación existentes entre la palabra escrita y la generada por los ceros y unos tiene muchos cruces y en muchas oportunidades caminos distintos.

Algunas de las limitaciones más importantes asociadas a la utilización de este nuevo canal derivan de ciertos obstáculos que han sido estudiados por los autores mencionados de los cuales vamos a realizar un resumen:

-El lector de un periódico digital dedica un tiempo máximo de 7 minutos. En la prensa escrita se calcula que el promedio oscila alrededor de los 20 minutos.

-El lector, cuando accede a una página digital, desconoce la amplitud de un texto que está enmarcado en un tope máximo de unas 25 líneas. Si el texto es más amplio el resto permanece oculto por la pantalla.

-El acceder a despieces de la información central provoca en el lector una pérdida del concepto de globalidad, ya que cuando accede a un texto complementario pierde la referencia del texto central que necesariamente desaparece de su espacio visual.

-Mientras que el periodismo escrito a través del papel prensa está pensado para la vista, el periodismo digital está pensado para las manos. Es decir, precisa del contacto manual para acceder a otros centros de información.

-Los lectores de prensa digital prefieren acceder a partes de texto a través de links que acceder a partes del texto ocultas por el espacio visual de la pantalla a través de las barras de desplazamiento.

Con el periodismo digital se pierde, aunque no en su totalidad, una parte importante de la noción de jerarquía informativa, tan relevante en el periodismo tradicional. La pérdida de esta jerarquía viene determinada por los siguientes elementos:

-Existe una pérdida de la sensación de vinculación de los textos dentro de un contexto temático (la sección). Las noticias aparecen como aisladas entre sí y el lector tiene dificultades para identificarlas como partes de una unidad temática superior.

-En la prensa escrita la página aparece como una unidad temática y jerárquica. El periodista elige temas de apertura de página y habitualmente los complementa con elementos gráficos o infográficos. Las noticias de segundo rango se exponen en los espacios que deja libre el texto central.

- En el periodismo digital desaparece el concepto de página. Las noticias pierden un nuevo elemento de jerarquía y el valor de las informaciones queda simplemente supeditado al orden con el que se presentan y al tamaño de las mismas.

-Al desaparecer el concepto de página como valor jerárquico de las noticias, desaparece también el concepto de página impar o página par como otro elemento más de jerarquización.

-Desaparece también la jerarquización que en la prensa escrita viene determinada por el número de columnas que ocupa una información. El periodismo digital presenta todos los textos en una única columna, con lo que el público pierde una referencia jerárquica más.

-La deficiente utilización de los elementos gráficos en el periodismo digital debilita también la utilización de la fotografía como un elemento imprescindible en la jerarquización de las informaciones.

-Excepto la noticia de apertura de sección, que es la primera que se ofrece en la versión digital, se van diluyendo los criterios

que diferencian entre las noticias más importantes de las que no lo son.

Es posible que estas características impulsen al lector digital a centrarse en bloques temáticos específicos

-Además, a diferencia de la radio y la televisión en las que el público debe esperar a los horarios informativos para conocer las noticias del día, en el periodismo digital la iniciativa de la comunicación está en manos del público que puede conectar en el momento que considere oportuno con el medio de comunicación y enterarse en cada instante de los aspectos informativos más relevantes.

Pero este proceso de actualización en el periodismo inteligente los datos o eventos no resulta lo principal, las consecuencias o los cambios a futuro es la base del periodismo inteligente

-La posibilidad de enlazar rápidamente entre una noticia y otras que la circundan. Material de antecedentes, documentación, información de servicios, etc. Una gama amplísima de posibilidades que sirven para obtener información exhaustiva de cualquier tema de interés. Y es precisamente sobre estas características sobre las cuales debemos montar los textos periodísticos interpretativos

-Desarrollo de las noticias de última hora, que el medio va actualizando permanentemente y permite a la audiencia conocer las particularidades de las noticias importantes a lo largo de la jornada.

-La posibilidad de establecer intercomunicaciones entre la audiencia y el medio de comunicación. Esta particularidad permite abrir debates sobre temas, aportar puntos de vista peculiares y, en definitiva, una mayor participación del público en el medio de comunicación.

Pero lo más importante nos lo reporta el investigador norteamericano Nielsen, J. (2000) y Rafael Romero Zuñica (2001) "La gente rara vez lee una página web palabra por palabra; más bien la recorre con la vista (scan), y se detiene en palabras y frases individuales". Por ello, de acuerdo a sus estudios:

"Un texto que se puede "recorrer" con la mirada debe tener ciertas características:

- Títulos y subtítulos explicativos, más que divertidos o "inteligentes".
- La nota debe empezar por la conclusión, para que el lector sepa rápidamente qué le deparará la lectura.
- Son útiles las listas de puntos (bullet points; o sea, una lista como ésta) destacados con claridad.
- Los artículos deben ser cortos.
- El uso de enlaces hacia páginas adicionales ofrece mayor profundidad y no afecta la legibilidad.
- Los enlaces hacia sitios exteriores brindan credibilidad.

Al aplicar todos esos criterios, Nielsen, J. (2000) obtuvo mejorías significativas en la legibilidad del texto, las cuales cifraba en un 159%.

Pero a estas características del lector debemos tomar muy en consideración que Nielsen efectuó sus estudios en el lector que busca estrictamente información y no interpretación de la información, pero aquel usuario que procura profundizar en los hechos la entrada, por ejemplo, debe indicarle sobre la complejidad de la noticia a tratar debido a que a los elementos globalizantes anteriormente tratado en este artículo.

9.2. Interpretando en bits

Comencemos por lo esencial del periodismo digital: la pantalla, esta tiene como máximo para su lectura 25 líneas, dejar conceptos, ideas o planteamientos más allá de estas el lector se pierde en conjeturas y las dudas en internet el periodista la paga con un link a otra página y adiós al trabajo!

Para Urdaneta J. (2003) La situación la vislumbra desde una perspectiva más equilibrada "Para el caso venezolano, particularmente, se hace conveniente hacer un híbrido de ambas tendencias y sacar el mejor provecho para el lector usuario. De tal forma plantear en un espacio no mayor de 25 líneas la nota informativa, para evitar emplear la barra de navegación, y en la conformación de cada párrafo, se irán incorporando los vínculos necesarios para profundizar en los datos planteados, sin caer en la redundancia y menos aún en la exageración."

Si suena lógico, pero... ¿cómo incorporarlos y cuáles vínculos? Debemos retomar la propuesta de Páez. I. (1992) cuando nos plantea en su esquema piramidal el conocimiento como el penúltimo escalón en el que hemos ubicado al reportaje interpretativo.

En este punto el periodista debe estar convencido de que quien llegue a sus dominios no está buscando datos o información actualizada: el cibernauta que se ubique en sus predios está solicitando información estructurada, contextualizada y con significación y la base para el periodista son esas 25 líneas en las cuales debe abordarlas con una entrada.

9.3. La ciberentrada

Todos los autores antes mencionados Gil Quim (2004), Díaz Noci; Salaverría Aliaga, (2003: 458-460) Nielsen J. al brindar pautas a los periodistas en red consideran de manera unánime que la entrada debe abordarse de acuerdo a los parámetros de la clásica pirámide invertida con párrafos de no más de 25 palabras

Desde nuestra perspectiva la entrada interpretativa anteriormente expuesta en la red debe mantener sus estamentos básicos como es la de formular el problema o hipótesis de lo que se va a tratar en la redacción; es decir el rompimiento de la pirámide invertida, ya que no se va a dirigir a un público que va a ubicar información sino que desea conocer en profundidad todos los pormenores del acontecimiento. No obstante el respecto al número de palabras (25) debe mantenerse.

10. Del reportaje interpretativo al reportaje inteligente en Internet

En este aparte desmontaremos su estructura interpretativa para rehacerla de nuevo bajo los parámetros de un texto inteligente. Pero ¿cómo elaborar un texto inteligente partiendo de un reportaje profundo?. La respuesta esta en los hipervínculos que se utilicen. Si construimos un texto informativo para Internet utilizando información procedente de agencias de noticias u otros periódicos o revistas especializadas estamos girando dentro del periodismo de profundidad o interpretativo; ofrecemos mas datos pero no estaremos seguro que lo brindado no sea mas de lo mismo que ya hemos trabajado.

Al respecto nos plantea Obdulio Martín Bernal "La disseminación de enlaces en las páginas informativas, además de tener un destino muchas veces incierto y opaco (Millán, 2000), no responde a ningún tipo de planteamiento organizativo sino que remite casi siempre, mediante una relación jerárquica y cerrada, a otros archivos del periódico, páginas o sitios muy diversos para complementar de forma externa una información elaborada –en el mejor de los casos– con arreglo a las tradicionales reglas de la pirámide invertida." Martín Bernal, Obdulio (2004)

La diferencia radicará en que los vínculos aportados debe ser estrictamente seleccionados de acuerdo a patrones de criterios científicos ubicada en las diferentes bases de datos reconocidas y/o artículos científicos pertinentes productos de expertos en la materia, nacionales e internacionales.

El otro aspecto imprescindible de abordar para la elaboración del reportaje inteligente esta en que el periodista debe ser un profundo conocedor de la materia que le permita acceder a las intrincadas jergas científicas del área de conocimiento a la cual esta trabajando a diferencia del periodismo noticioso que es el utilizado en un 90% en la red.

La investigadora Concha Edo nos proporciona una lista de características referente a las premisas básicas de como debe tratarse la redacción y búsqueda de información para satisfacer las necesidades informativas de sus lectores.

Se trata de un tipo de información con unas características peculiares que pueden resumirse en varios puntos:

- es interactiva, puesto que permite la participación directa e inmediata de una audiencia en la que todos pueden ser a la vez emisores y receptores;
- es personalizada, porque hace posible la selección activa de los contenidos por parte de los usuarios de la red;
- es documentada, porque por medio de múltiples enlaces –al archivo del propio medio, a bases de datos o a otros artículos– abre muchas más posibilidades de acceso a las distintas materias,
- es actualizada porque se pueden publicar las noticias en cuanto se producen y se cambia así el concepto de periodicidad.
- integra todos los formatos periodísticos –texto, audio, vídeo, gráficos, fotos– en un solo medio que es multimedia.
- puede aplicar los procesos que se ejecutan en un ordenador para facilitar servicios como cálculos de inversiones en bolsa, gráficos de resultados deportivos en tiempo real o búsquedas personalizadas de datos, y
- requiere una nueva concepción del diseño que va mucho más allá de la estética y debe, sobre todo, facilitar al lector la navegación. Edo, Concha (2000)

Por su parte Quim Gil (2004) en su artículo Análisis centrípeta de la periodista en red nos proporciona un resumen de sus consideraciones sobre las bases teórico-prácticas específicas para abordar los primeros pasos del reportaje Inteligente y son las siguientes:

- Nadar en información
- Buscar fuera de la Red
- Preparar el self-service

Ofrecer acceso a todas las fuentes originales que muestren públicamente sus contenidos, dándoles pie a sus usuarios a que amplíen la información si lo desean. En el medio hipertextual no hay limitaciones de tiempo ni espacio que nos lo impidan.

- Opinión y criterio

Con tanto dato cada vez cobra más importancia el criterio de las personas y las referencias en las que confías. Esto implica no sólo manifestar los propios criterios, sino ofrecer canales para que los criterios de otras personas sean accesibles y valorables. La edición colaborativa es otro valor en alza.

- Garantizar que cada quien es quien dice ser

Cada vez es más importante comprobar que las fuentes son en realidad quienes dicen ser. Cualquiera puede ser un periodista, pero también cualquiera puede hacerse pasar por una fuente.

- Ofrecer mecanismos de filtrado y personalización de la información

Cada vez interesa menos leer el periódico de todos, ver la televisión de todos, escuchar la radio de todos. La información a medida se aprecia y mucho, mantener sistemas que la provean es otro valor cotizado.

- Metainformación para metamedios

La economía del periodismo en red depende en gran parte del aprovechamiento de recursos. La tendencia es producir metacontenidos que puedan ser luego publicados en la WWW, PDA, prensa, radio, televisión o cualquier otro medio de comunicación.

- Dinamización de la inteligencia colectiva

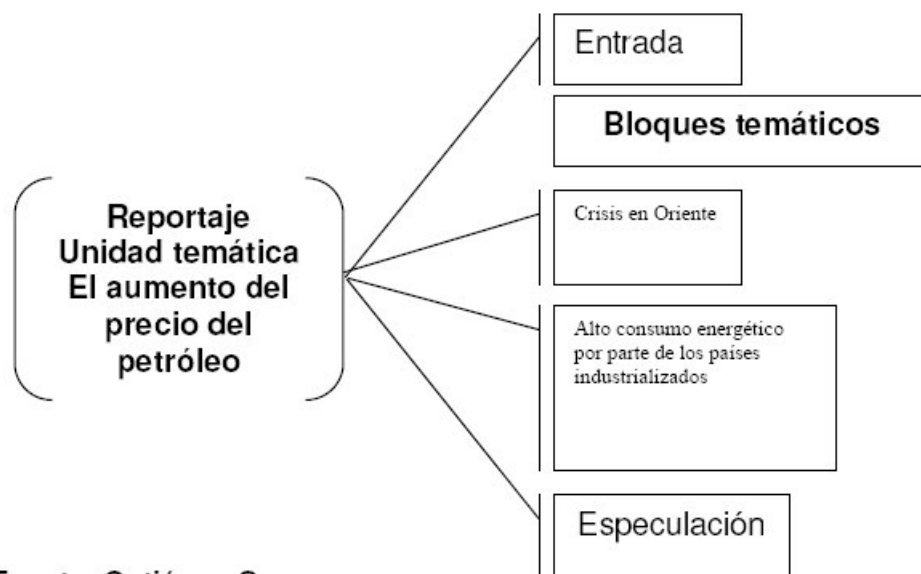
Si en un medio en red los periodistas son quienes tienen más conocimientos es que ese medio está enfermo. Está comprobado que lo que antes se consideraba "la audiencia" (apta sólo para aplaudir, pedir canciones y escribir cartas al director) sabe por lo general mucho más que los propios periodistas. Canalizar el conocimiento que se genera en el seno de un grupo no es tarea sencilla.

Si profundizáramos veríamos que ya en estos momentos hay profesionales que podríamos considerar periodistas que están ganándose el sustento en estas y otras tareas que a su entorno ya le va bien que desempeñen de forma especializada.

A pesar de estar de acuerdo con todas las observaciones anteriormente expuestas, de acuerdo a nuestro criterio para poder construir un reportaje inteligente es indispensable tomar prestado algunos de los criterios utilizados para la elaboración del reportaje interpretativo y es la preparación de la redacción por bloque temáticos, y a partir de allí proporcionar los datos análisis e interpretación que conlleven al reportaje inteligente.

10.1. Los bloques temáticos y los enlaces en el reportaje inteligente

El primer aspecto en abordar para el reportaje inteligente es la estructura por bloques temáticos en los cuales considere el redactor que debe enfocarse el tema tal como lo vemos en el siguiente esquema.



Fuente: Gutiérrez S.

Cada uno de los bloques temáticos podrían considerarse puntos focales para el cibernauta que utiliza Internet para gestionar cambios en su entorno, es decir, el uso de la información de manera inteligente Páez I. (1992)

La construcción de hipervínculos debe partir de conceptos de contenido claves indispensables que posibiliten el tratamiento profundo del tema. Debe tomarse en consideración que los párrafos para que sean legibles no deben de pasar de tres oraciones, en las cuales debe estar presente una idea por oración.

De las ideas manifiestas la más compleja es la que debe buscársele un link con contenido que posibilite al lector llegar a la capa más profunda de lectura, que recorra desde la contextualización del acontecimiento hasta los elementos con bases científicas (teorías, hipótesis, artículos científicos) que sustenten las diversas teorías que explique el fenómeno, por lo tanto, lo más recomendable es que dentro de los bloques temáticos debería poseer dos hipervínculos por bloque, uno que contextualice y otro lo más cercano a la explicación científica del caso de estudio.

10.2. La entrada, cuerpo y conclusiones en el reportaje inteligente

Ya vimos en páginas anteriores como se construye el reportaje interpretativo para los medios impresos, para el reportaje inteligente los criterios no deberían variar en gran medida.

La estructura de la entrada debe ser la misma sin links, debido a que en ella se plantea el problema o la hipótesis a demostrar en este aspecto debe imperar el análisis y la valoración.

En cuanto al cuerpo debe ser trabajado tal como lo señalamos en los bloques temáticos arriba tratados.

Mientras que las conclusiones no basta la elaboración de un cierre circular o de futuro en el reportaje inteligente, el respeto al ciberlector debe ser el elemento principal que se juegue. La honestidad en la interpretación y el equilibrio de propuestas conocidas y esbozadas dentro del reportaje deben manifestarse para que propicie una profunda reflexión en nuestro lector con posibilidad de llevarle a la acción, sin menoscabar las consideraciones propias del periodista como un elemento más de valoración expresado en forma clara en el texto.

11. Una conclusión a discutir

Es muy probable que la mayoría de expertos en ciberperiodismo o periodismo en red consideren que abordar la palabra en Internet debe rendírsele culto a la imagen (hay que recordar el viejo proverbio que dice "una imagen vale más que mil palabras") y tienen razón, sin embargo apropiarse de un objeto de manera cognitiva hace falta más que una imagen para aprenderla.

Hacia esta dirección apunta el enfoque de este trabajo brindado a los periodistas insertos en los ceros y unos, jamás quedara firmemente demostrado el poder que posee la palabra para apoderarse de la realidad y transformarla.

La imagen es una herramienta vital que favorece a los sentidos para su comprensión y la presentación de los datos y las informaciones pero insuficiente para los constructos requeridos por el cerebro y sus dendritas para enlazar las miles de variables que conforman el todo de los acontecimientos; especialmente si tratamos de elaborar un discurso inteligible que procura mirar hacia el futuro o predecir los acontecimientos

Es por ello la urgencia en estos momentos de mirar con ojo crítico los teóricos clásicos del periodismo y comprobar con mucho recelo las palabras y afirmaciones de los nuevos "gurus" del ciberperiodismo y tratar e ubicar un equilibrio entre la

imagen y la palabra que facilite la labor de la inteligencia del ser humano.

12. Bibliografía

- Agencia Efe (1996). Bloques Regionales frente a la liberación. *El Nacional*. Caracas. 23-6-96. Sección Economía.
- Aguado J. A. Martín y otros.(1993). *Tecnologías de la información impresa. Desarrollos Tecnológicos y perspectivas. Información impresa. Autoedición*, Madrid, Editorial Fragua.
- Aguinaga, E., (1984). *Epistemología del ejercicio periodístico. Los estudios de Periodismo y su proyección profesional*. Madrid. Universidad Complutense. Tesis Doctoral.
- Álvarez. Federico. (1978). *La información contemporánea*. Caracas. Edit. Contexto-Editores.
- Baena P.,G.(1999). *El discurso periodístico*. Editorial Trillas. México.
- Benavides L., José L. y Quintero H. Carlos.(1997). *Escribir en prensa. Redacción informativa e interpretativa*. Edit. Alhambra. México. México
- Borrás, E., (2000). Infototal, inforrelato e infopincel Nuevas categorías que caracterizan la infografía como estructura informativa *Revista Latina de Comunicación Social* La Laguna (Tenerife) - noviembre - número 35. Año 3. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/17borras.htm> (Consulta el 15-6-2005)
- Bozo, R (2.002). *La ética del periodista en el uso de Internet como fuente de información*. Maracaibo: Universidad Dr. Rafael Bellosillo Chacín.
- Cabrera, María de los Ángeles (2003). *Importancia del periodista en la era digital* [1º lugar en el Premio Pedal 2003] En <http://www.umalab.com/publicaciones.htm>. (Consulta el 12-6-2005)
- Castejón L., Enrique. (1992). *La verdad condicionada*. Edit. Corpresa. Venezuela. Caracas.
- Cely, A. y; Neuman, M. (2001). La innovación tecnológica en las páginas Web de los medios de comunicación de Venezuela. V Coloquio de Tecnologías Aplicadas a los servicios de Información."Teleinformación y Sociedad", en <http://www.ucab.edu.ve/investigacion/cic/temas/10.htm>. Caracas. Venezuela. (Consulta el 14-7-2005)
- Copple, Neal. (1970). *Un nuevo concepto del Periodismo*. Edit. Pax-México.
- De Fontcuberta, Mar (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Editorial Paidós, Barcelona.
- De la Cruz, Ignacio. (1986). *La Interpretación un nuevo concepto de la objetividad*. Ediluz. Venezuela.
- De Pablos Coello, J.M. (2000). *Infoperiodism. El periodista, como creador de infografía*. Madrid: Síntesis.
- Del Río R., J. (1994). *Periodismo interpretativo. El reportaje*. Edit. CIESPAL..Quito Ecuador.
- Diario "El País" (1999). *Manual de estilo*. Ariel. Barcelona.
- Díaz Rangel, Eleazar. (1978) *Miraflores fuera de juego*. Edit. Lisbona. Venezuela.
- Díaz, Noci, Javier. (2004). Profesión y academia.Medios digitales españoles en Internet. Revista *Te/los* Abril-Junio 2004 || N° 59 Segunda Época. En <http://alfama.sim.ucm.es/revistas/visualiza.asp?issn=0213084X>. (Consulta el 10-9-2005)
- _____ (2003). Las raíces de los géneros periodísticos interpretativos: precedentes históricos formales del reportaje. En http://www.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_06/6-4-Inve/6-4-02.htm. (Consulta el 4-8-2005)
- _____; Salaverría Aliaga, Ramón (Coords.) (2003). 'Manual de Redacción Ciberperiodística'. Barcelona: Ariel Comunicación
- Diccionario de la Lengua Española en Línea. En <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>. (Consulta el 26-6-2005)
- _____ Diccionario Telemático (2003) tomado de la Pág. Web <http://www.ucm.es/info/Psyap/Prieto/alum9798/intranet/concept.htm#intranet>. (Consulta el 22-11-2005)
- Edo B., Concha. (2000). El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia. En http://www.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-02.htm. (Consulta el 1-3-2005)
- _____.(2000) Los columnistas y la interactividad con los lectores. En <http://www.saladeprensa.org/art165.htm>. (Consulta el 9-7-2005)
- Enciclopedia® Microsoft® Encarta 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.Consultado el 12 de febrero de 2005
- Fagoga, Concha. (1982). *Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*. Edit. Mitre. España.
- Ferrater Mora, José (1978). *Diccionario de Filosofía abreviado*. Edit. Sudarrieva.
- Flores V., Jesús y Arruti, Alberto M. (2001). *Ciberperiodismo*. Edit. 2010. Madrid. España
- García M., M (2003). Pasado y presente de las bases de datos accesibles en línea. En <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num10/paginas/pdfs/magmoreno.pdf>. (Consulta el 18-2-2005)
- Gargurevich, J. (1998). Viejas ideas para nuevos escenarios Ponencia presentada al Congreso Mundial de la Comunicación - Buenos Aires - Unión de Trabajadores de la Prensa de Buenos Aires (UTPBA)

- _____ (1989). *Géneros periodísticos*. Editorial Pablo, Edit. Belen. Quito. Ecuador.
- Gil, Quim. (2004). Análisis centrípeta de la periodista en red. Nuevos perfiles profesionales. Revista *Telos*. Tomado de la página <http://www.campusred.net/telos/>. (Consulta el 27-9-2005)
- _____ (2003). Herencias literarias para un periodismo diferente. En revista *Razón y Palabra*. Disponible en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n31/jgil.html>. (Consulta el 1-10-2005)
- _____ (2001). ¿Qué es un periodista digital? Tomado de *Sala de Prensa*, en www.saladeprensa.org/digital.htm. (Consulta el 9-3-2005)
- Gómez M., Carmen. (1992). *Nuevas tecnologías de la comunicación*. Edit. Trillas. México.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del Periodismo: Cómo se forma el presente*. Editorial Paidós, Barcelona. P. 212.
- Gresham K. (1998). Surfing with a Purpose: rocess and strategy put to the test on the Internet. *Educom Review* [publicación en línea], En: <http://www.educause.edu/ir/library/html/erm9851.html>. (Consulta el 11-7-2005)
- Gutiérrez, Siglic. (2001). Internet: ¿Quién la necesita en Venezuela? Tomado de www.saladeprensa.org/academia/htm. (Consulta el 4-11-2005)
- _____; Primera, Nelly (1998). Necesidades informativas de los egresados de LUZ que laboran en MARAVEN Región Zuliana. Universidad del Zulia. SERBILUZ. En *Opción*. 1999 N° 29. Pág. 46
- _____ Y Mogollón H. (2004). *Edición de la información*. Fondo editorial URBE. Maracaibo. Venezuela.
- Herrera, Earle. (1980). *El ensayo, el reportaje. De un género a otro*. Edit. Simón Bolívar. Venezuela.
- Hohenberg, John (1964). *El periodista profesional*. Edit Letras México. México
- Jimeno, M. Á. (2003). La televisión y su influjo en el contenido de los diarios. En revista *Chasqui* N° 81. Revista Latinoamericana de Comunicación Consultado 16 de febrero de 2005
- Larrondo. A. U. (2004). El reportaje se reinventa en la red: estructura del reportaje hipertextual. Tomado de *Revista Latina de Comunicación Social*, en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm>. (Consulta el 27-9-2005)
- Ledesma, B. y Quintero, C. (1997). *Escribir en prensa, redacción informativa e interpretativa*. Editorial Alhambra. México.
- Mao Tse Tung. (1928). Obras escogidas. Tomado de <http://www.gratislibros.com.ar/dl.php>. Consultado (Consulta el 10-5-2005)
- Martín B. Obdulio (2004) Periodismo en la Red. La dudosa fortuna de navegar sin rumbo Tomado del sitio web <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=59>. (Consulta el 2-8-2005)
- Martínez Albertos, José Luis (1997). *El ocaso del Periodismo*. Barcelona: Ed. Cims, pág. 54
- _____.: (1993). *Curso general de redacción periodística*. Edit Paraninfo. Madrid España
- Martínez Alicia, J. (2003). Los retos del periodismo local en la red: hacia una definición del espacio local en la Era global En <http://www.saladeprensa.org/art483.htm> N°59 Septiembre 2003 Año V, Vol. 2. (Consulta el 2-6-2005)
- Méndez M., Ana M. y Toussaint, A., (1989). *Prensa y nueva tecnología*. Edid. Trillas, México.
- Mogollón H. y Neuman M. (2001). Internet fuente de Información con propósitos periodísticos en Venezuela. *Telos* Vol. 3 (3): Pág. 324-344
- Navarro Z., Lizy (2001). Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores. En <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>. Año 3, Volumen 2. N° 34. (Consulta el 28-12-2005)
- Nielsen, J (2000). *Usabilidad diseño de sitios web*. Editorial Pearson educación. Madrid. España.
- _____ (2002) Site Map Usability. En <http://www.useit.com/alertbox/>
- _____ Alertbox, January 21, 2001: Usability Metrics, en <http://www.useit.com/alertbox/20010121.html> (Consulta el 28-12-2005)
- Neuman, M. Isabel. (2003). Tecnología de la información y las comunicaciones. En <http://cursos.universia.net/app/es/showcourse.asp?cid=2133>. (Consulta el 28-12-2005)
- Núñez P., I (2005) Las necesidades de información y formación. En http://www.wikilearning.com/capitulo.php?id_contenido=8131&order=1
- _____ (2003). ¿Hemos creado las condiciones para introducir la gestión del conocimiento? En *Hipertext.net*, 1, 2003, <http://www.hipertext.net> [Consulta: 21/08/2005]. ISSN 1695-5498. (Consulta el 28-1-2006)
- Ochoa, A. (S/F). La magia del equilibrio. En http://www.bbc.co.uk/spanish/specials/167_principios/page12.shtml
- Orozco, J. (2003). Fuente de información para la Inteligencia Empresarial. (Consulta el 20-8-2005). En http://www.biomundi.pco.cu/intempres/intemp%2003/Literatura%20Especializada/DISAIC_FI_Javier%20Orozco.pdf#search='bases%20de%20datos%20cientificas%20actualmente%20existen. (Consulta el 8-11-2005)
- Ortega y Gasset, J. (1930). *La rebelión de las masas*. Editorial. Espasa-Calpe.
- Otero, M (2004). *El Nacional. Manual de estilo*. Edit El Nacional. Caracas.

- Páez Urdaneta I. (1992). *Gestión de la inteligencia, aprendizaje tecnológico y modernización del trabajo informacional. Retos y oportunidades*. Caracas: Universidad Simón Bolívar,
- _____(1992). *Pautas para la investigación de usuarios y de información en el ambiente universitario. Copilado en calidad tecnológica y globalización en la educación superior latinoamericana*. Edit UNESCO/CRESELAC
- Pasquali, A. (1990). *Comprender la comunicación*. 4ª Edición. Monte Ávila. Caracas.
- _____. (1998). *Bienvenido Global Village*. Edit. Monte Ávila. Caracas. Venezuela
- Peñaranda, R. (2000). Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven? En <http://www.saladeprensa.org/investigación/htm26>. Diciembre
- Postman., Neil: (2001). Cinco cosas que necesitamos saber sobre el cambio tecnológico. En <http://www.aciprensa.com/postman.htm> (Consulta el 22-7-2005)
- Báez, Ricardo y Rivera L., Cuauhtémoc. (2002) Ubicuidad y usabilidad en la red. En http://www.temorivera.com/academia/doctorado/usabilidad/usabilidad_ubicuidad.html . (Consulta el 25-1-2006)
- Rivadeneira P. R. (2000). *Periodismo*. México Editorial Trillas (cuarta edición)
- Romero Zúñica, R. (2001). Accesibilidad y usabilidad en Internet. Tomado de: <http://acceso.uv.es/accesibilidad/artics/01-escribir-web.htm>. (Consulta el 3-5-2005)
- Saad S. A. (1999). El periodismo literario (o la novela de no ficción). En <http://saladeprensa.org/> N°13 Año II, Vol. 2. Noviembre.
- Salaverría, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo En *Chasqui* 86, 2004 <http://www.comunica.org/chasqui/86/salaverria86.htm>. (Consulta el 16-9-200)
- _____ (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. En: http://www.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm. (Consulta el 19-9-2005)
- _____ Hipertexto periodístico: Mito y realidad. Ponencia presentada en el III Congreso de Periodismo y realidad. En <http://cicr.blanquerna.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/05/> (Consulta el 20-10-2005)
- Scanella, P. M. (1980). *El lid, fórmula inicial de la noticia*. Edit. ATE. Barcelona.
- Solarte L., G. (S/F). En medio del silencio. Poder y medios de comunicación. En <http://www.nossa.unal.edu.co/biblos/enmediodelsilencio.rtf>. (Consulta el 20-10-2005).
- Ulibarri E. (1994). *Idea y vida del reportaje*. Editorial Trillas, México.
- Valera, J. (2003). La prensa en Internet se paga En <http://www.comunica.org/chasqui/82/varela82.htm>. (Consulta el 28-10-2005).
- Villamizar D., G. (2004). Cómo informar en tiempos de globalización. En <http://www.comunica.org/chasqui/85>. Consultado el 27 de noviembre de 2004.
- Vivaldi, Martín. (1998). *Géneros periodísticos*. España. Edit. Paraninfo. Zamora. Biblioteca Práctica de Consulta de Nuevo Milenio.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Gutiérrez, Siglic (2006) El reportaje inteligente en Internet. Aportes teórico-metodológico para la discusión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2006Siglic.htm>