



MODELO PIRAMIDAL NO LINEAL Y REDACCIÓN EN CIBERMEDIOS

(Model pyramidal nonlinear and writing in journalistic web)

Joyceleine Urdaneta
Universidad Rafael Belloso Chacín
jurdanet@urbe.edu

RESUMEN

El presente trabajo persigue explicar el Modelo Piramidal No Lineal con el propósito de contribuir para la formación en redacción ciberperiodística, en este sentido trabajará con el modelo de estructura informativa planteado por Mogollón y Urdaneta (2006) a partir de la propuesta de escritura para cibermedios de Nielsen (1997), Salaverría (1999) y Noci (2002). El campo de análisis lo constituye el modelo Piramidal No Lineal y las unidades de observación: la nota informativa y los elementos propios de los MCSC (virtualidad, hipermedia e interactividad).

Palabras clave: Redacción ciberperiodística, formación, virtualidad, hipermedia e interactividad.

ABSTRACT

The present work try to explain the Non linear Pyramidal Model in order to contribute for the cyber journalistic editing education, in this sense will work with the model of informative structure raised by Mogollón and Urdaneta (2006) starting from proposed compose for cybermedias of Nielsen (1997), Salaverría (1999) and Noci (2002). The field of analysis constitutes it the Non linear Pyramidal Model and the units of observation: The analysis field constitutes the Non linear Pyramidal Model and the observation units: the press release and the own elements of the MMSC (potentiality, hypermedia and interactivity).

Key words: Cyber journalistic editing, education, potentiality, hypermedia and interactivity.

1.- PERIODISMO Y TECNOLOGÍAS DIGITALES

La tecnología digital está afectando profundamente todos los órdenes de la vida de los hombres junto a sus profesiones, porque está modificando los procesos tradicionales de investigación, elaboración, difusión de los mensajes periodísticos; de hecho hasta la propia barrera entre periodistas y público; emisor y receptor, se difumina.

Esta revolución está cambiando también las formas de producción del conocimiento mismo, las formas de almacenarlo, difundirlo y aprehenderlo. El predominio de roles del docente comunicador como mediador de los procesos de información y



formación, respectivamente tienden a modificarse por este hecho, que hace que las personas puedan acceder directamente a nuevas experiencias de comunicación y educación.

La hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son, precisamente los rasgos que mejor caracterizan al periodismo de las tecnologías digitales. Gracias a la tecnología digital y a las redes telemáticas, con Internet como principal exponente, este tipo de periodismo ha incorporado a sus procesos y productos posibilidades descuidadas o, a menudo, inalcanzables en el periodismo impreso, radiofónico y televisivo. Así ha añadido en primer lugar el hipertexto que de forma provisional se puede definir como “una forma de organizar el texto en ordenadores que permite enlazar cualquier parte de un texto (o de otro medio) con cualquier otro lugar” (Horn, 1989).

En segundo lugar, ha aportado la multimedialidad, que desde un punto de vista lingüístico, consiste en la capacidad de procesar y difundir mensajes que integran diversos códigos –textuales, visuales y sonoros- y gozan de unidad comunicativa (Salaverría, 2001: 388-389). Por último ha potenciado muy especialmente la interactividad; un rasgo que, llevado al ámbito del periodismo, se traduce en la posibilidad que todos los interlocutores en el proceso comunicativo, tanto los periodistas como el público, interaccionen recíprocamente con el medio y entre sí.

Ciertamente, el estudio de las tecnologías digitales en los medios ha suscitado un debate en los entornos académicos. Hoy día en el ámbito de las ciencias de la comunicación, no hay congreso, reunión científica o seminario que no dedique un lugar destacado a estas cuestiones. Esta investigación nace, precisamente, con la intención de proyectar una mirada reflexiva a ese fenómeno naciente, sobre todo a lo que se refiere a su impacto en la redacción periodística. Pretende arrojar luz sobre una nueva disciplina profesional y académica que, a falta de una terminología mínimamente asentada y consensuada, han denominado “redacción ciberperiodística” (Díaz Noci y Salaverría, 2003).

Cabe cuestionar, la idoneidad de esta denominación. Sin embargo, por los motivos que se exponen a continuación, se piensa que es quizás la más adecuada para garantizar la precisión significativa, la economía expresiva y, en suma el mayor respeto a la lengua española. De los dos términos es por supuesto el segundo “ciberperiodística”, el que plantea mayores dudas y exige más explicación. Sin embargo, incluso el propio término “redacción” reclama ser justificado.

2.- LA REDACCIÓN EN EL CIBERPERIODISMO

Una consideración etimológica del término redacción demuestra que éste sigue gozando de plena validez. Como lo recuerda el diccionario de la Real Academia Española (RAE), ‘redactar’ proviene del término latino *redigere*, que se traduce como “compilar o poner en orden”. Para los latinos por consiguiente, no se relacionaba tanto con el acto físico de escribir como con la acción intelectual de



organizar o estructurar. El término redacción sirve plenamente, por tanto, para definir la actividad de construir y estructurar mensajes, con independencia de cuáles sean los elementos –textuales, visuales y/o sonoros– que los integran. Se piensa que esta concepción arquitectónica de la redacción cobra especial vigencia en el nuevo ámbito del hipertexto donde, más allá de las consideraciones eminentemente estilísticas y ling sticas que han prevalecido en la enseñanza tradicional de la escritura periodística, ganan protagonismo todas aquellas cuestiones de carácter retórico referidas a la estructuración del discurso informativo. Así pues, hablar de ‘redacción’ en el nuevo entorno hipertextual y multimedi tico resulta, quizá, más exacto y justificado que nunca.

El otro término que reclama explicación es el de ‘ciberperiodismo’, se trata de una palabra que, a comienzos del siglo XXI, cuenta con más predicamento en América Latina, donde hasta ahora han hecho mayor fortuna otras expresiones sinónimas aunque mucho más lastradas por la imprecisión, como ‘periodismo electrónico’, ‘periodismo multimedia’ y, muy especialmente ‘periodismo digital’. Quienes escriben, sin ir más lejos, han utilizado no pocas veces esas expresiones para aludir al periodismo hecho en, con, mediante recursos y redes digitales. Sin embargo, hay más convencimiento que tienen razón quienes sostienen que la precisión y la economía del lenguaje recomiendan acoger la fórmula ‘ciberperiodismo’, aunque en principio suene quizá un poco afectada a nuestros oídos. Por tanto, parece apropiado referirse a este término como “aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos” (Díaz Noci y Salaverría, 2003).

Además, reducir el nombre a una sola palabra en lugar de dos, como ocurre por ejemplo con ‘cibernoticias’, ‘ciberperiodistas’, añade la ventaja de simplificar la creación posterior de un campo semántico af n. No hay que olvidar, por último, que no solamente en América Latina (Zalcberg, 2001) sino incluso en España, cada vez hay más obras académicas que se inclinan por el ‘ciberperiodismo’.

3.- NUEVOS RETOS COMUNICATIVOS PARA EL PERIODISTA

Esta es una de las razones, aunque no la única, ni quizás la más importante, para que los nuevos medios hayan importado los lenguajes periodísticos de sus predecesores; en particular, de los medios impresos (Díaz Noci y Salaverría, 2003). Hoy en día el lenguaje y el estilo de los cibermedios son herederos directos de la prensa (Cely, 2001). Sin embargo, como se pretende mostrar en este trabajo, esa herencia cada vez se ve más difuminada por la consolidación de ciertos rasgos ling sticos, estilísticos y retóricos propios del ciberperiodismo. Todavía es pronto para conocer hasta que punto renegar  este nuevo periodismo de las antiguas rutinas o simplemente las transformar , pero al menos si es obligado plantearse si su vigencia sigue siendo incontestable (Martínez Albertos, 1997), en un entorno distinto donde los medios, los mensajes y las audiencias han cambiado.



Con este planteamiento no se quiere significar que a la larga, la tecnología digital desplazará las funciones del periodista y del académico, pero sí se quiere destacar la necesidad irremplazable de replantear los roles clásicos de estos dos tipos de profesionales en la Sociedad Global de la Información.

Esta investigación surge también con el propósito de responder a una demanda emergente en la profesión periodística actual: los periodistas reclaman formación para enfrentarse adecuadamente a los retos comunicativos que plantea el nuevo ciberperiodismo. En un período de profunda transformación profesional, los periodistas se muestran desorientados y celosos ante una nueva disciplina cuyas claves y características ignoran. Esta desorientación y recelo les ha llevado a adoptar con frecuencia planteamientos tecn fobos, caracterizados de renegar de toda innovación y por la tendencia a perpetuar de manera acrítica las rutinas de antaño.

Es un hecho que las tecnologías digitales están haciendo converger las tecnologías educativas, informativas y de entretenimiento hasta el punto de modificar sustancialmente los procesos de aprendizaje y de saber, porque la informática está abriendo nuevos espacios para el pensamiento y el saber radicalmente opuestos a los viejos hábitos del conocimiento humano basado en la memoria impresa y oral.

Atendiendo a lo señalado se hace urgente formar profesionales que se sumen a las nuevas formas de trabajo, para disponer del conocimiento y sacarle provecho a esos caudales de información de una forma coherente y eficiente.

El gran reto consiste en cómo formar unos recursos humanos capaces de generar capacidad tecnológica que les permita no sólo utilizarlas en sus tareas profesionales sino producir aplicaciones propias para resolver problemas concretos de su práctica laboral y conocimientos sobre éstas para buscar formas de acercamiento a su entorno social y cultural.

Hablar sobre formación en redacción ciberperiodística es brindar un aporte a las Escuelas de Comunicación Social en Venezuela, porque hasta la fecha -sin temor a un equívoco- ninguna de ellas cuenta con académicos que hayan desarrollado un modelo propio estructurado para facilitar dicho conocimiento. En el fondo lo que se produce es una inadecuación frente a los cambios que las nuevas tecnologías introducen en los medios de trabajo en la fase de producción, edición y hasta de distribución de las empresas periodísticas.

Además si se hace una revisión a los planes de estudio, específicamente del área de periodismo se encontrará la casi ausencia de las asignaturas vinculadas a las TICs y más aún del ciberperiodismo (Villalobos y Montiel, 2006).

Igualmente el urgente desarrollo universitario de las asignaturas relacionadas con el ciberperiodismo necesita contar con materiales bibliográficos que las respalden. Y, hoy por hoy, esos materiales apenas existen; no ya sólo en la universidad hispana,



sino en cualquier parte del mundo. Esta investigaci  n con todas las prevenciones y limitaciones propias de una obra que se sabe pionera, nace por tanto, con el fin de cubrir una inquietud en la bibliograf  a did  ctica sobre el periodismo.

Todo ello permite apreciar la necesidad urgente de incorporar c  tedras vinculadas a los cibermedios, en el caso particular de redacci  n ciberperiod  stica, con un modelo de ense  anza propio donde se puedan estandarizar una forma de escritura que logre estructurar el discurso informativo sin desaprovechar los recursos propios de la red. De lo contrario, la tendencia seguir   orientada por pr  cticas desarticuladas e inoperantes que lo que har  n ser   copiar otras experiencias –como hasta ahora se ha hecho- sin ning  n aprovechamiento real para el campo de la comunicaci  n digital, espec  ficamente del periodismo impreso.

4.- POSTULADOS TE  RICOS DE LAS ESTRUCTURAS INFORMATIVAS

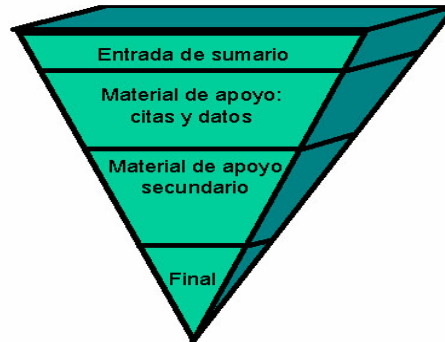
Luego de haber reflexionado sobre la necesidad de formar talento para la estandarizaci  n de un nuevo modelo de escritura en cibermedios corresponde el turno a la propuesta de redacci  n ciberperiod  stica, para ello ser   necesario refrescar brevemente postulados te  ricos correspondientes a la estructura informativa, entendida como la columna vertebral de la nota period  stica que incluye el orden de los datos noticiosos: titulares, entrada, cuerpo y desenlace (Urdaneta, 2003).

Dentro de este marco Nielsen (1997) en su art  culo *“Invertid Piramids in Ciberespace”* propone que para escribir en el ciberespacio hay que partir de una conclusi  n, seguido de los datos secundarios de la informaci  n y finalmente ofrecer un resumen o recopilaci  n, estilo conocido como la “Pir  mide Invertida”.

Asegura que el periodismo en la Web es completamente diferente al impreso, pues mientras la narraci  n aqu   es lineal, en la red con el hipertexto hay la posibilidad de romper este estilo y saltar de un lado a otro, a partir de la escritura de espacios informativos interlazados.

Igualmente, a  ade que los escritores de la Web deben separar su escritura en peque  as y coherentes piezas para evitar largas p  ginas de buscado, donde cada una debe estar estructurada en varias pir  mides invertidas, aunque se corre el riesgo que el trabajo entero sea visto m  s como un juego de pir  mides flotantes en el ciberespacio, y no como un tradicional art  culo. Desafortunadamente, asegura que es duro aprender este estilo de escritura, pues ciertamente no hay una receta para conocer c  mo se puede hacer.

Modelo de la Pirámide Invertida



Fuente: Nielsen (1997)

Por su parte Salaverría (1999) hace una propuesta más formal para estandarizar una forma diferente de escritura, que rompe con el tradicional modelo de la pirámide invertida y plantea como nuevo a “la estructura hipertextual” utilizando para ello la narración, descripción, exposición y la argumentación.

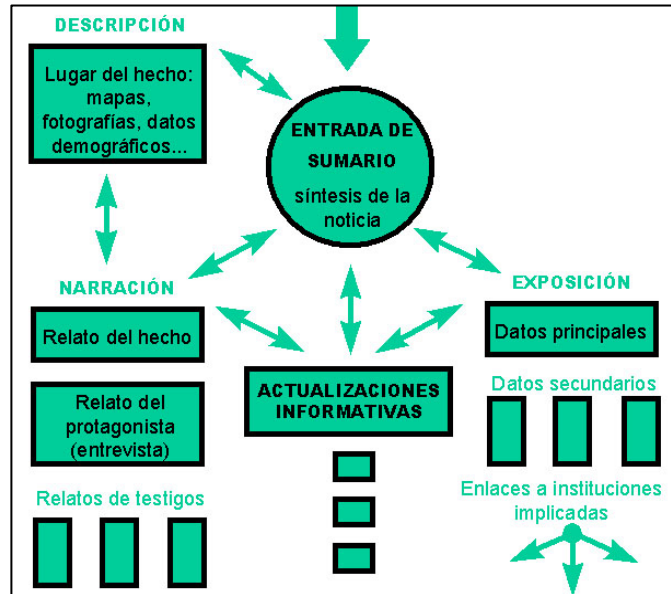
Explica que con el hipertexto ya no es obligatorio incorporar en el cuerpo de la noticia pasajes documentales –por tales se entiende desde una simple aclaración de una cita hasta pasajes biográficos de personas mencionadas-. Un enlace hipertextual a terceras páginas permite ampliar, aclarar o relacionar, cualquier información, bien mediante nuevos textos o mediante recursos infográficos (mapas, recreaciones virtuales,...) o audiovisuales (declaraciones, videos,...). De allí asegure que en definitiva, el hipertexto pone por primera vez en manos del lector – no del periodista- la posibilidad de ampliar hasta donde desee la contextualización de cada información, y al mismo tiempo, lo libera de leer pasajes documentales indeseados que oscurecen la lectura.

Dentro de este marco los tipos básicos de escrito quedan descompuestos en varias unidades textuales e infográficas de sentido pleno, distribuidas en diversas pantallas, enlazadas en función de su contenido; por un lado puede aparecer una descripción del lugar del hecho, por otro una narración escueta del evento y por último una exposición de los datos y citas textuales que ayudarán a explicar la noticia.

Finalmente concluye con la idea que la organización hipertextual obliga al periodista a realizar un mayor esfuerzo de selección y jerarquía de los elementos de la información, tareas radicalmente periodísticas. Por lo que ya no se puede hablar de

una estructura cerrada, sino de un conjunto de elementos interconectados mediante el hipertexto y cuyas partes vendrían dictadas por el acontecimiento informativo comunicado en cada caso.

Modelo de la Célula Informativa



Fuente: Salaverría (1999)

Díaz Noci (2002) por su parte a pesar de reconocer que la dependencia de los medios tradicionales es aún palpable afirma que el proceso de emancipación y búsqueda de una retórica propia ya ha comenzado por ello plantea unas normas generales de redacción, vale decir:

a.- En una pantalla el texto debe ser más corto, se habla de unas 25 líneas como máximo, por tanto más que de longitud de los textos hay que referirse a la profundidad en los mismos.

b.- Sobre la denominada “profundidad” del texto, hace un paréntesis y menciona que una de las propuestas más importantes la ha elaborado Robert Darnton en un artículo publicado originariamente en “*The New York Time Review of Books*” en 1999, donde este historiador propone estructurar en el documento digital, el discurso electrónico, en capas “que formarán una pirámide” (Darnton, 1999:26).

Ellas son: Un resumen conciso del tema. Una versión más extendida con elementos argumentativos. La documentación, relacionada con el tema principal de la información, que podría resumirse a lo digital en: sonidos, imágenes fijas o en movimiento, gráficos realidad virtual.



La cuarta capa sería la teórica, con una selección de trabajos de investigación previos y discusiones de ese material. Seguida de la propuesta pedagógica, temas a debatir. Para finalizar con informes de lectores, intercambios de información entre autor y editor, y cartas a los lectores.

Salaverría indica que lo que propone Darnton es un documento muy amplio, compuesto por varios niveles y ofrece por tanto, diversas secuencias posibles al lector, que será quien decida hasta qué punto y por qué camino llegar.

c.- El diseño es otro punto a considerar, para ello refiere que hay que optar por textos ajustados a los contornos de la pantalla -cualquiera que ésta sea- o por textos más largos a través de los cuales debe desplazarse el usuario mediante los *scrolls* (barra de navegación).

Asimismo se plantea la utilización adecuada de los recursos hipertextuales, por tanto, con los enlaces no se debe caer en la exageración, sino producir los necesarios, pues la cantidad debe responder al relato y estar en relación con los niveles de que se quiera dotarlo.

d.- Respecto a las normas de redacción Noci sugiere mantener en buena parte las del texto tradicional: sencillez, concreción y brevedad, pues son reglas de oro. Pero añade otro consejo, y es hacer buen uso del propio idioma, ya que en el ciberespacio o en el mundo físico el objetivo es siempre la compresión del mayor número posible de personas.

e.- Sobre el titular refiere que es indispensable, y sirve además de texto-núcleo de la noticia. Se recomienda siempre redactar un subtítulo, en caracteres obviamente más reducidos que el título y sin enlace (sólo el título debe servir de enlace), de manera que se contextualice la información lo más posible.

f.- Para las imágenes la sugerencia es incluir una pequeña dentro del texto y un enlace en la misma que permita verla ampliada, en caso de que el usuario así lo desee. Otro tipo de elementos (gráficos en movimiento, sonidos, etc.) deben dosificarse sabiamente en función de las necesidades narrativas y siempre ser optativos para el usuario, ya que exigen otro programa además del visualizador, y determinadas condiciones técnicas de las que no siempre dispone su ordenador.

g.- Respecto a la estructura del texto informativo manifiesta que a la hora de comenzarlos deben considerarse varios aspectos (Rich, 1998 citado por Noci, 2002), ellos son: Definir el enfoque, recopilar todo el material, hacer un plan general, escribir un titular, redactar un resumen de unas 20 líneas, explicar en un párrafo cómo la noticia va a influenciar a los lectores y disponer de los elementos interactivos e incluirlos en el plan.

Igualmente: establecer los contenidos útiles a la hora de estructurar las partes de que se compondrá la información, desconstruir el discurso o estructuración en



partes interrelacionadas, redactar un guión para conocer cuántas páginas Web, imágenes incrustadas en cada una, estructura de la información, y enlaces entre las partes irán, finalmente redactar la nota.

5.- PROPUESTA DE REDACCIÓN PARA CIBERMEDIOS

Luego de haber discutido brevemente las bases teóricas que sustentan el estudio sigue la explicación del modelo propuesto.

Atendiendo a la premisa que los medios digitales asumen características propias, entre ellas la aparición de una nueva redacción periodística, de un nuevo lenguaje y unas nuevas pautas de diseño, el modelo Piramidal No Lineal se convierte en una alternativa sencilla y de fácil comprensión para cualquier usuario que desee escribir para cibermedios. De tal forma que para su mejor traducción este apartado se dividirá en los aspectos siguientes: (Mogollón y Urdaneta, 2006)

a. *Storyboard*

Lo primero que será pertinente resaltar dentro de esta descripción es que para redactar en cualquier plataforma o medio *on-line* es necesario tener un plan de trabajo, a manera de esquema, lo que se denomina en el modelo *Storyboard*, similar al que se emplea en el mundo audiovisual (Pérez y Perea, 1998). La idea es que antes de escribir la información se recurra a este diseño para la elaboración de cada una de las páginas principales. En él se detallan a grandes rasgos el contenido de la capa (estructura de la nota), texto, audio e imágenes y el uso de los links (enlaces internos: remite a artículos del propio medio y/o enlaces externos: fuera del sitio); además de los elementos interactivos.

Sobre las capas o *layering* resulta pertinente aclarar que la prensa digital exige unos hábitos de lectura diferentes a la versión impresa que es preciso conocer y dominar, pues de no ser así el usuario se perderá entre la cantidad de información, saltando, probablemente sin control, de una página a otra, y en el peor de los casos de una a otra Web. En este sentido, el diseño de las capas ayuda y mucho, ya que garantiza una navegación coherente de un nivel informativo a otro, además de la búsqueda de la información requerida.

Otro punto importante es el de los enlaces (*links*) porque además de contribuir con la jerarquización de la nota, hacen referencia a su forma de presentación, vale decir: en el cuerpo de la noticia, al pie o en la cabecera de la información y/o en un lateral. Para optar por el vínculo acertado ello va a depender de su finalidad, bien a modo de presentación en la pantalla, o de contenido de la información. Dentro de este punto hay que tomar en cuenta, finalmente, el modo que el lector reconocerá que va a leer información complementaria, bien por tipo de máquina de búsqueda o tipo de *link*-titular, el más popular en la red.

Los elementos interactivos es otro punto que merece especial atención, ya que es la dimensión donde se abren los espacios de mediación entre el cibermedio y el



usuario. En específico, el diseño de la nota informativa debe incluir recursos como: foros de discusión, encuestas, *chats*, aclaratorias, mensajes al editor.

b.- Nota Informativa

Todo cibermedio está compuesto entre otros aspectos de noticias y éstas a su vez deben contener una cabeza de titulación (título, antetítulo, sumario e intertítulos); una entrada a manera de abre boca de la información, donde generalmente se alojan las 5W (qué, quién, cómo, dónde, cuándo) el para qué y el por qué. Un cuerpo, donde se cuenta o desarrolla el hecho noticioso; además de un cierre o desenlace final.

Es de hacer notar que una información publicada en Internet no puede ocupar más espacio que el recogido en una pantalla de ordenador, con el objetivo de no recurrir a los cursores. No se trata de ofrecer textos escuetos o incompletos sino de resumir las noticias, describiendo todos los detalles importantes del acontecimiento, sin caer en artículos excesivamente largos. Estas exigencias obligan a apostar por el estilo sencillo, claro, conciso, y directo, sobre el que insisten los manuales de redacción periodística.

Con objeto de aligerar la lectura de la noticia, especialmente en el caso de textos que son forzosamente más largos, se recomienda el uso de intertítulos (minitítulos de 2 a 5 palabras), que se insertan en el texto de la noticia entre dos a cuatro párrafos, como adelanto de la información de la que se habla a continuación.

En relación a la jerarquización de los datos informativos, el cuerpo de una noticia redactada para ser publicada en la red debe respetar la estructura de pirámide invertida, según la cual los datos se ordenan y se escriben por orden decreciente de interés. Es decir, de lo más a lo menos importante; de lo principal a lo secundario.

No obstante, aun cuando se establece el uso de la pirámide invertida en cuanto a la redacción de la noticia, se sugiere además realizar actualizaciones en la medida en que se va renovando el hecho, de tal suerte que al final de la edición el usuario cuente con una versión extendida del texto que incluya todos los aspectos noticiosos acontecidos durante el día.

Asimismo debe aprovecharse el recurso hipertextual, que ofrece la posibilidad de proporcionar una lectura no secuencial, bien sea dentro de la misma página o fuera de ésta y de complementar el contenido informativo con documentos adicionales que pueden contener: descripciones, entrevistas, opiniones, entre otros aspectos que ayuden a nutrir la nota informativa.

Sobre el desenlace hay que plantear una forma que añada nuevos elementos y le de a la historia un matiz distinto, aunque los datos tengan una secuencia decreciente, atendiendo al modelo de pirámide invertida. Un ejemplo lo constituye



un final con una descripción de ambiente, que agrega nuevos protagonistas y/o argumentos, para cumplir con una función estilística o psicológica.

Por otra parte la redacción de titulares en cibermedios merece atención. El titular es el encabezado de la noticia (entrada, cuerpo y desenlace) y desempeña dos importantes funciones: informar (dar respuesta al qué ha pasado) y llamar la atención del lector; es decir, engancharlo, para que éste una vez interesado, se decida a leer el cuerpo de la nota periodística.

En el caso del periodismo *on-line*, predominan los titulares informativos, aquellos que cuentan la noticia, claros, directos, afirmativos y con verbos en voz activa. Se evitan los títulos libres, literarios, modismos (vocablos locales) y los juegos de palabras de difícil comprensión o que pueden dar lugar a múltiples interpretaciones.

c.- Recursos Comunicativos

Una vez que se tiene claro cuantas capas o páginas va a tener la información conviene pensar el uso que se va a darse a otros elementos que se utilicen para comunicar. Esta es una de las grandes diferencias con el periodismo impreso, pues ahora el periodista digital deberá ser el encargado de configurar la página con todos los medios que tenga a su alcance, y en última instancia que la noticia forme un todo unitario y con sentido. Los recursos son:

- Interactividad

Está referido a cómo se manejan los niveles de interactividad en los cibermedios, si el sitio busca transmisión, consulta, conversación y registro; para que el usuario tenga una participación en el proceso comunicativo que se le plantea, eso se logra analizando la presencia de elementos para una respuesta en tiempo diferido (correo electrónico, foros, aclaratorias) o una respuesta inmediata, tiempo real (salas de conferencia o *chat room* -espacio de charla, sala de charla-).

De igual forma si el sitio invita a participar con productos generados por el usuario, encuestas, o coloca el correo de sus redactores para establecer algún contacto con sus productores.

Adicionalmente, la información será más efectiva en la medida que vaya el cibermedio ofrezca la posibilidad de responder a gustos e intereses de los usuarios (personalización) a través de páginas de registro: en el sistema *Pull*, el usuario consulta el sitio tomando la información de su gusto.

En el sistema *Push*, el usuario selecciona unas categorías previas que le son enviadas posteriormente a su buzón de correo o se elabora una página personalizada, si posee versión de la publicación para ser consultada fuera de línea, servicio de titulares al buzón de correo, suscripción a secciones específicas.



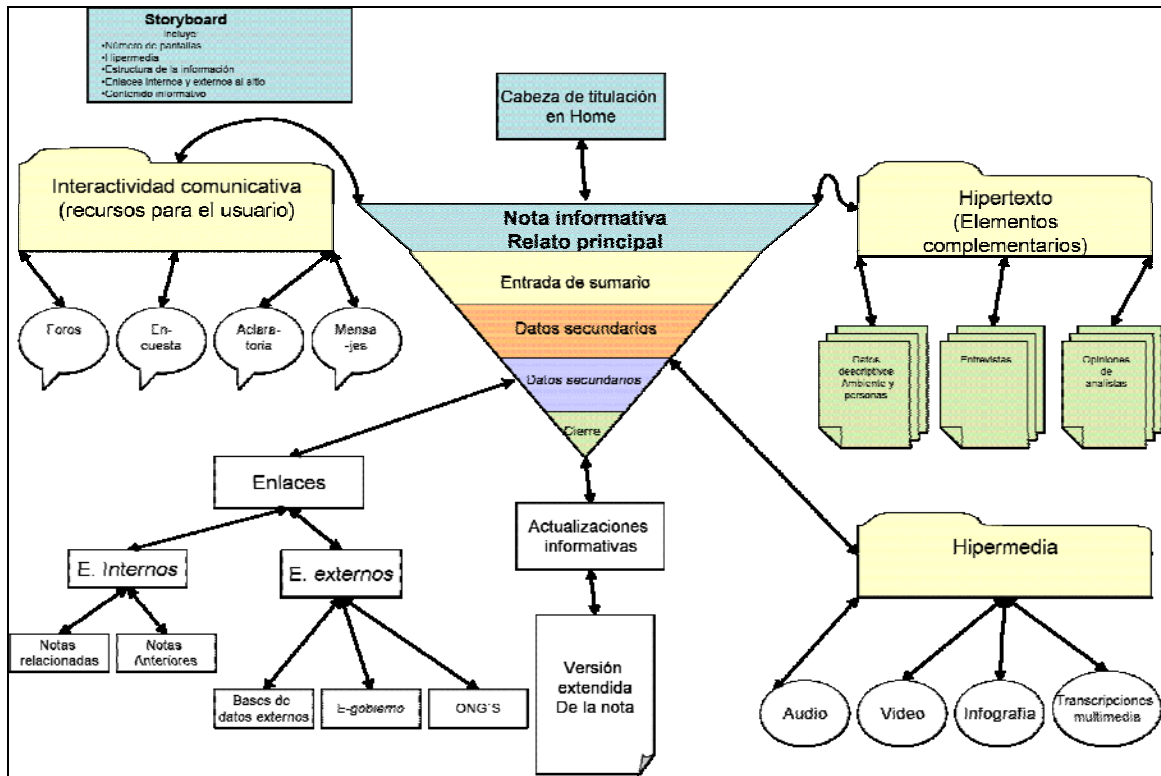
- Hipermedia

La característica hipermediática logra que en los cibermedios se coloque al alcance del usuario información contextualizada, conocida como documentación, que permite profundizar en temas de interés, así como consultar base de datos del mismo medio u otras vinculadas; que a través de un ordenador pueden ser aplicados en línea. Hecho que le confiere a los medios innumerables posibilidades de utilización, sobre todo en lo referido a servicios de valor añadido. Entre los que figuran: información local, cálculos de inversiones de bolsa, gráficos de resultados deportivos en tiempo real, búsqueda de datos personalizados y entretenimiento.

Una de las potencialidades de los medios digitales es la posibilidad de enriquecer la noticia con documentos de extensión recreativos del problema sin costo mayor, de tal forma se busca detectar si existen bases de datos que puedan ser consultadas a través de archivos electrónicos, directorios de búsqueda, enlaces que amplíen la información en voz, imagen o texto, formato de avance de noticias, videos, transcripciones multimedia y enlaces hipertextuales, que permitan contextualizar la información con sitios especializados.

Luego de haber completado la fase descriptiva del modelo, vale la pena detenerse en la construcción de la nota informativa para integrar todos elementos explicados. En este sentido el recorrido debe comenzar por el esquema de trabajo (*storyboard*), seguido de la redacción de la nota informativa, relato principal y versión extendida de la nota con sus actualizaciones durante el día; además de los elementos complementarios (descripciones, entrevistas y opiniones). Aprovechando los recursos comunicativos: hipermedia (texto, audio y video) e interactividad (foros, encuestas, Chat, aclaratorias y mensajes).

Modelo Piramidal No Lineal



Urdaneta y Mogollón (2006)

CONSIDERACIONES FINALES

Después de haber revisado el modelo propuesto es pertinente hacer algunas consideraciones finales. No sin antes admitir, como afirma Gabriel García Márquez, que para poder escribir en los cibermedios lo primero es saberlo hacer.

Ahora bien ¿En qué y qué tiene que cambiar el comunicador ante la nueva realidad que se le presenta? Cambiarán, como siempre ha sucedido a lo largo de la historia, muchas cosas, pero hay una que permanecerá: la redacción periodística, el lenguaje periodístico, la técnica para lograr que el mensaje llegue al receptor en términos inteligibles y fiables, con criterios de selección y honestidad (Vilamor, 2000). La red es considerada un medio multicanal, lo que implica la convergencia de audio, video, imagen y texto, sin embargo a pesar de ello, el texto sigue reivindicando su importancia.

En este orden de ideas se hace prioritario reconocer que la esencia del periodismo tradicional se mantiene en lo referente a características generales de redacción:



lenguaje claro, sencillo y conciso; el uso de la voz activa, uso de verbos expresivos, la técnica para que el mensaje llegue al receptor en términos inteligibles y fiables, el criterio de selección y jerarquización; así como la honestidad. “Sin una valoración ponderada y seria de lo que se quiere transmitir puede existir pasatiempo, entretenimiento, pero no información en el sentido estricto” (Vilamor, 2000: 117).

Otro punto a considerar es que los cibermedios son fuentes inagotables de investigación por cuanto no tienen una fórmula mágica de construcción, ni redacción; de allí que tanto los académicos como los reporteros deben continuar ideando propuestas que satisfagan el quehacer periodístico de cara a los usuarios. Por tanto se sugiere el uso de la propuesta Piramidal No Lineal para aprovechar la interactividad, virtualidad e hipermedia que ofrece este medio.

Es importante resaltar en el diseño de la nota informativa el uso de un *storyboard*, a manera de guía, para que antes de escribir la noticia se haya definido a grandes rasgos su contenido: texto, fotografías, gráficos, vínculos, capas, entre otros.

Igualmente, la incorporación de nuevos recursos a la redacción ciberperiodística amerita para el reportero nuevos retos en lo que se refiere a la jerarquización de la noticia, pues si bien hay más libertad de creación por las potencialidades que ofrece esta plataforma. También, el esfuerzo de síntesis y recopilación de información es aún mayor.

En este orden de ideas es urgente hacer una revisión a los planes de estudio, específicamente del área de periodismo para incluir asignaturas vinculadas a las TICs y más aún del ciberperiodismo, lo mismo que contar con materiales bibliográficos que los respalden.

Finalmente, es necesario formar profesionales que se sumen a esas nuevas formas de trabajo, para disponer del conocimiento y aprovechar los caudales de información de una forma coherente, eficiente, buscando formas de acercamiento al entorno social y cultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cely A. (2001). Propuesta Teórico Metodológica para el Estudio de los Medios de Comunicación Social Cibernéticos. Trabajo de Ascenso no publicado. Universidad del Zulia, Maracaibo.

Darnton, Robert. (1999) La nueva era del libro. En: *Letra Internacional*, nº 62, mayo-junio. Madrid: ARCE, pp. 21-26.

Díaz Noci J. y Salaverría R. (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. Editorial Ariel, S.A. Barcelona-España.



- Diaz Noci J. (2002). Módulo 7. La Escritura Digital: Discurso y Medios Periodísticos en el Medio Electrónico. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.ei-sev/upv-ehu> (Consulta: 2002, Mayo, 20).
- Franco, G (2004). Usted tiene mi atención.  Por favor no me lo repita! Enter. Disponible en: http://enter.terra.com.co/ente_secc/ente_colu/noticias/ARTICULO-WEB-1001940-1590331.html (Consulta: 2004, enero 17)
- Horn, Robert E. (1989). *Mapping hypertext*. Waltham, MA: The Lexington Institute, 1989.
- Nielsen J. (1997). How Users Read on the Web. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.useit.com> (Consulta: 2002, agosto 28).
- Nielsen, J & Tahir, M (2001) Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed. New Riders Publishing. Estados Unidos.
- Pequeño Larousse Ilustrado, (1984). Paris. Ediciones Arosse.
- Pérez M. y Perea M. (1998). El Actual Periodismo *Online*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.hotopos.com> (Consultado 2002, agosto, 28).
- Pérez M. y Perea M. (1998). El Reto de Crear Noticias *Online*: Análisis de la Comunicación *Online* actual y Perspectivas de Futuro. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.mmlab.unav.es.htm> (Consultado 2002, agosto, 20).
- Salaverría, R. (1999). De la Pirámide Invertida al Hipertexto. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.mmlab.unav.es.htm> (Consulta, 2002, agosto, 28)
- Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. En: Estudios sobre el mensaje periodístico, 7, 383-395.
- Urdaneta, J. (2003). Análisis Comparativo de la Estructura Informativa en los Diarios Impresos Venezolanos y su versión Cibernética. Trabajo de Grado no publicado. Universidad Rafael Belloso Chac n, Maracaibo.
- Villalobos F. y Montiel M. (2006). La Formación de los Periodistas del Siglo XXI. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, No 92, CIESPAL. Quito, Ecuador.
- Vilamor, J (2000). Redacción periodística para la generación digital. Editorial Universitas, S.A. España-Madrid.
- Zalberg, Ana (2001). El Ciberperiodismo. En estudios sobre el mensaje periodístico, 7, 95-107.