

# 1. GAIA: KAZETARITZA TRADIZIONALETIK ZIBERKAZETARITZARA

## KOMUNIKABIDE DIGITALAK EDO ZIBERHEDABIDEAK

### Hedabide nagusienak

Euskaraz:

- Ttap
- Eitb.eus
- Berria
- Argia

Euskal hedabide motak, behategiaren arabera (euskal hedabideen behatokia):

- Orokorrak: Argia, Berria, Hamaika, Sustatu eta ZuZeu
- Telematikoak: Badok, Gaztezulo...
- Tokikoak: Ataria

Espainiako ziberhedabide irakurrienak:

- El Español
- El Confidencial
- Eldiario.es

Frantziako erreferentziazko medioak:

- Le Monde diplomatique
- Le Figaro
- Le Monde

### Paperezko edizioen eta digitalen arteko ezberdintasunak:

- Onlinen azkartasuna: sortu ahala argitaratu daiteke
- Onlinen informazioa edonoiz eguneratu daiteke
- Onlinen noiznahi eta nonahi jaso daiteke informazioa. Asinkronikoa eta globala da
- Onlinen interaktibitatea dago (komentarioak utziz...)
- Multimediatasuna

## ZIBERKAZETARITZAREN HISTORIA

Prensa idatzia (1440)

Irratia (XIX. mende amaiera-XX. hasiera)

- Euskadi irratia 1982

Internet (1983)

Smartphone edo telefono inteligenteak: ordenagailuen salmenta beherantz doan heinean mugikorrena gorantz doa

### Informazioaren joskeraren berria

Internetek bidea eman du kazetaritzaren muinari berrekiteko: argi komunikatzeko, labur eta zehatz, edukiak hierarkizaturik, garrantzitsuena lehenbailehen azalduz.

### Hipertestualitatea, multimediatasuna eta elkarreragina

- Hipertestua eta loturak. Komunikabide digitalen gakoetako bat da estekak edo loturak egitea. Laburrago eta zehatzago idatz daiteke gehiago sakondu nahi duenari aukera emanez.
- Multimedia. Bat egiten dute hiru bitartekok: testuak, irudiak eta audioak. Bideoak, infografiak, mapak, telebista, lokuzioak, elementu interaktiboak...
- Interaktibitatea: kazetariaren eta hartzailearen arteko harremana

## MEDIOAK INTERNETEN. 3 SASOI

- **Lehenengo esperientzia digitalak eta sarean (1992-1997)**
  - 80-90. hamarkadak. Bideotestuak, audiotestuak, fax bidez bidalitako egunkariak, etab.
  - Teletestua: telebistan berriak jasotzeko
  - Interneten “sartu” ziren lehenengo egunkariak, paperezko bertsioaren kopia ziren
  - Beldur handiena papera eta online edizioen arteko lehia zen
- **Sasoi berri baten hasiera (1997-2001)**
  - 1997tik aurrera sareak eskaintzen zituen abantailak ikuskatzen hasi ziren zibermedioak
  - Kazetariak eduki originalak sortzen zituzten, eta estekak eta elkarreragina sortzen hasi ziren
  - Kalitate handiagoa eskaintzen zuten informazioari lotutako webak indartu ziren
  - Edizio digitalerako erredakzio berezitua beharrezkoa zela ikusi zen
  - Ikus-entzunezko baliabideak ustiatzen hasten dira
  - 1998tik aurrera hedabideak bateratzearen alde apustu egiten
  - 1997-1998: lehenengo blogak sortzen
  - 2000tik aurrera papereko informazio bera internetera eramateari uzten zaio neurri batean
  - Pixkanaka informazioa etengabe eguneratzen eta dokumentazioa hobetzen hasi ziren, zerbitzu osagarriak (bilatzaileak, datu bateak) eta audientziarekin elkarreragina sortzeko espazioak sortuz
- **Sarerako lehen hedabideak**
  - 2002: epe berri baten hasiera
  - Ziberhedabide batzuk edukiengatik kobratzen hasi ziren → erronka nagusia
  - Bigarren erronka: medio klasikoak eta ziberhedabideak osagarri izatea
  - Hirugarren erronka: webak ematen zituen aukerak ondo erabiltzea
  - Enpresaren estrategiak eta diseinuaren aldaketak burutu zituzten
  - Internauta kopurua gehitzen zen neurrian eta errekurso digitalak dibertsifikatzen ziren heinean, komunikabide gehiago hasi zen sarean lekua hartzen.
- **Ziberkazetaritzaren finkapena**
  - 2006tik aurrera medio, lanbide irudi eta lanbide berriak sortzen
  - Paperezko edizioa eta online edizioaren arteko ezberdintasunak nabarmentzen: edukiak, audientziak, diru sarrerak, diseinu eta maketazioa...
  - Web 2.0: Sare Sozialen ideia edo kontzeptua 2004an
    - 2004an Facebook
    - 2006an Twitter

### Multimedia eredu:

- Formatu askoren erabilera (irudi finkoa, testua, soinua, bideoa)
- Bisualagoa
- Irakurlearentzat zerbitzu gehiago

### **Ziberhedabideen garapenaren 5 pausuak. Mediamorfosia**

1. Komunikabide berriak eta tradizionalak gizarte berean bizi dira, baina paraleloki **(aldi bereko eboluzioa)**
2. Aurretik zeuden hedabideen ezaugarriak hartuz beren izaera egokituz doaz **(metamorfosia)**
3. Hedabide berriek hartzaile berriak erakartzen dituzte **(ugalketa)**
4. Komunikabide zaharrak mehatxu izaten jarraitzen dute, eta, beraz, beren dohaiak ahalik eta gehien ustiatzen dituzte **(biziraupena)**
5. Hortik aurrera hedabide berriak audientzia zehatz baten leialtasuna lortzen hasten dira **(aukera eta beharra)**

### **Konbergentzia edo balio-aniztasuna**

- Komunikazio enpresa asko elkartu egin dira
- Bateratze honen ondorioz kazetaria lanbide ezberdinak egitera behartuta dago
- Balio-aniztasunak kazetaritzaren hizkuntzan eragina izan du

## 2. GAIA: KAZETARI DIGITALA

### Paradigma aldaketa

- Hedabidea → Marka
- Euskarria → Edukia
- Salmenta → Arreta
- Lehia → Elkarrizketa
- Redundantzia → Osagarritasuna

### Komunikazio digitalaren korrante zuzena

- Irudi finkoak → Irudiak mugimenduan
- Monomedia → Multimedia
- Hartze-leku mugiezina → Hartze-leku mugikorra
- Lineala → Elkarreragilea
- Pertsonala → Masiboa
- Harreman intimoa → Harreman publikoa

### LANBIDEAREN FUNTZIOA: BITARTEKOTZA

- Komunikazioa norabide bakarrekoa izatetik horizontala eta dialogikoa izaera igaro da.
- Hedabideen ohiko bitartekotza jada ez da funtsezkoa. Sare sozialen eta webguneen bidez iturriek zuzenean zabaltzen dute informazioa.
- Komunikazio-kabineteen garrantzia handitu da.

### KAZETARIEN PROFIL BERRIAK

1. **Community manager**-aren funtzioak:
  1. Entzun
  2. Informazioa barnean zabaldu
  3. Enpresaren balioak eta nahiak zabaldu
  4. Komunitatearen liderrak bilatu
  5. Enpresa komunitatearen arteko elkarlanak topatu
- **Data journalism** (datuen kazetaritza):
  - Albisteak lantzeko datu base handiak erabiltzen dituen kazetaritza
  - Grafikoak eta infografiak erabiltzen ditu ulermena errazteko
  - Big data eta informazioaren gardentasunarekin batera sortu zen
  - Kazetariak programazio tresnak eta bilatzaileak nahiz informazioa egiaztatzen duten tresnak erabiltzen jakingo du
- **“Mojo” mobile journalist**
  - Smartphona erabiliz grabatu, editatu eta zabaltzen da informazioa
  - Erraztasuna, arintasuna, zabalkuntza merkea

## **Profil eskatuenak**

- Kazetari digitalak
- SEO edo SEM
- Web analista
- Social mediaren planifikatzailea
- Multimedia garatzen duen profesionala
- Free lance digitala

## **ENPRESEK KAZETARIARI ESKATZEN DIOTENA**

- Erredaktore onak: ondo idaztea. Profesional berriek ziberkazetaritzaren oinarriko elementuak barneratu behar dituzte: hipertestua, multimediatasuna eta elkarreragina.
- Bisualizazioa erraztu.
  - Titular labur eta deigarriak
  - Bideo edo grafiko itxuraz sinpleak, ikusgarriak eta ulerterrazak
- Trebeziak garatzen jakin
  - Informazio konplexua sinplifikatzen jakin, kuriositatea piztuz eta patxadaz irakurtzera gonbidatuz
  - Slow kazetaritza: interpretazio lanak geldiro eta sakonki
  - Iturri berriak. Sare sozialak informazio iturri gisa erabiltzen jakin. Internet erreportaje eta albisteen erakusleho bezala erabili
  - Bide berrietatik zabaldu



Hipertestua:

Era ez sekuentzialean (edo sekuentzialean nahi izanez gero) irakur daitekeen dokumentu digital bat da.

Hipertestu batek hurrengo elementuak biltzen ditu bere baitan: sailak edo adabegiak, hiperloturak eta ainguratzeak.

Hipertestuak gaur egun hipermediak dira: loturen bidez, baliabide testualak, grafikoak eta ikus-entzunezkoak konbinatzen dituen hipertestuak.

Sailak edo adabegiak (nodoak):

Estekak (edo loturek) adabegien arteko estekak izateaz gain, dokumentuaren irakurketa sekuentziala edo ez sekuentziala bideratzen dute.

Adabegia leku berdinean elkartzen diren hainbat elementuren arteko lotura da.

Ainguratzeak (ancla) estekak klikatzeko puntuak.



4. Lokairu paragrafoa edo teaserra (erakartzeko paragrafoa)

Albistek ziberhedabideetan oinarritzko zatiketa bat erakusten dute:

- Lehenengo mailan: izenburu-lotura bat.
- Bigarren mailan: Izenburua (errepikatuta edo luzatua) eta albistearen gorputza

Teaserra: izenburu-loturarekin batera aurreratzen den paragrafoa. Albistearen aurkezpena egiten du. Sarritan, paperezko edizioan argitaratutako albistearen lehenengo paragrafoa berdina errepikatzen da.



5. Lotura dokumentala (estekak).

Bi oinarritzko helburu:

1. Dokumentala: informazioan sakontzeko
2. Kontatzeko modua: estekak kokatzeko modua irakurketaren ibilbideak bideratuko du

Estekak sartzeko adostutako arauak:

- Esteka gehiegi ez sartu
- Esteka edo loturak testuan argi desberdinu. Estekak ez diren hitzak azpimarratuta esteka delakoan sakatzera bultzatu daitezke irakurlea.
- Ahal dela loturak esaldi edo paragrafoen amaieran kokatu, informazioa ondo ulertu dela ziurtatzeko
- Adabegi bakoitzeko esteka bakarra erabili, nahiz eta behin baino gehiagotan errepikatu
- Argi azaldu estekan zer topatuko den, hitz deskriptiboen bidez. Horrela bilatzaileen emaitzetan agertzeko (Googlen...) kontuan hartzen dituzte loturak.

Lotura motak

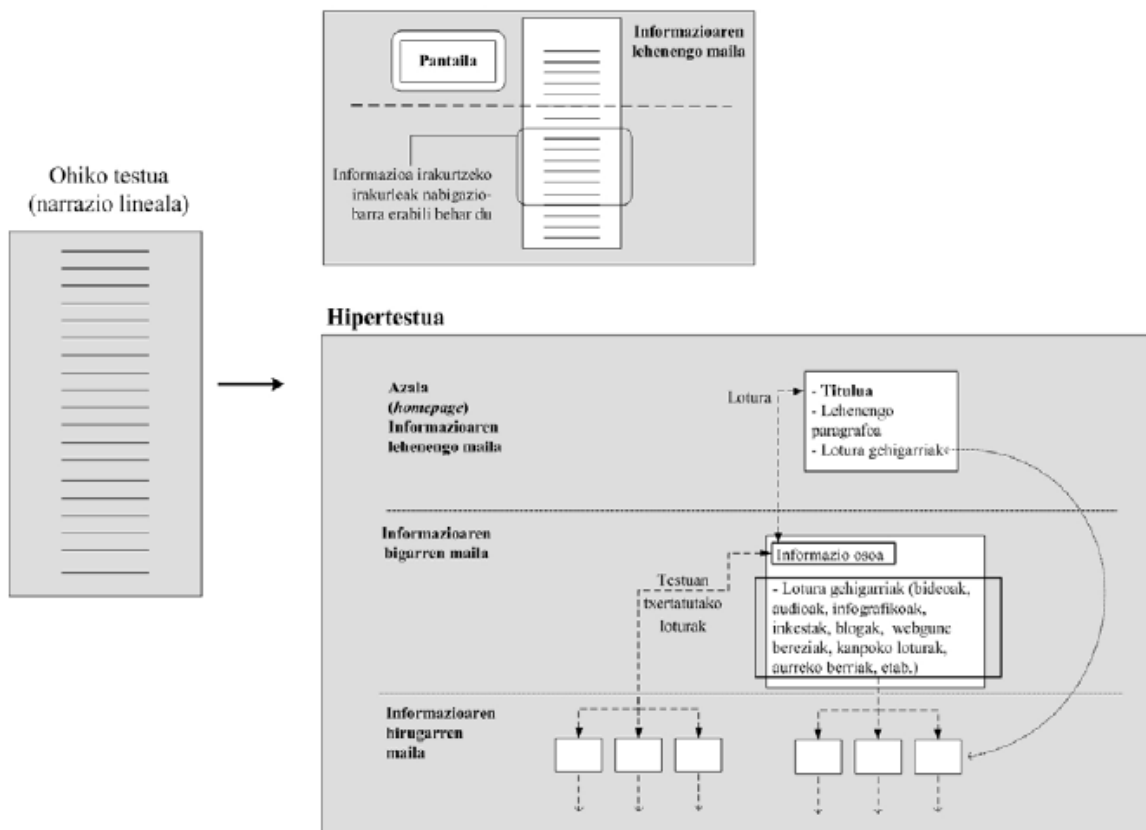
- Lotura intranodalak: irakurlea adabegi baten puntu batetik adabegi berdinarekin beste punturaino eramaten dute. Adb: adabegi baten amaieran "igo".
- Lotura internodalak: irakurlea adabegi batetik beste batera eramaten dute.
  - Barneko lotura: helmugako adabegia web berdinekoa
  - Kanpoko lotura: helmugako adabegia beste web batekoa

5. Multimediaren eta ikus-entzunezkoen ustiapena

Bideoan ikusi edo audioan entzun dena ez da errepikatu behar testuan.

6. Erabilera interaktiboak: irakurleen eta hedabidearen arteko harremana sustatzeko

## ALBISTEAREN EGITURA





- Piramide iraulia
- Garrantzitsuena ezker aldean
- Informazioa banatuta
- Izenburu edo titularraren garrantzia

Oro har, irakurleek ez dute guztia irakurtzen, informazio jakin bat bilatzen dute. Testuaren egiturak bilatzen ari dena identifikatzen lagun dezake.

- **Letra lodiak** eta *letra etzanak*
- Albistearen izenburuan gako-hitzak erabili
- Hizkuntza zehatza
- Aditza aurreratu testu dinamikoagoak sortzeko
- Laburra. Errepikapenik gabe, eta edukia testu ezberdinetan banatuta.

Eguneratu:

- Denbora erreferentzia zehatzak erabili, testua garai ezberdinetan irakurri ahal izateko. Adb: gaur goizean, eta gisakoak saihestu.
- Aste bereko zerbaiti buruz idazten ari bagara, asteko egunak erabili (astelehena...). Datozen asteetako bada data zehaztu.

Bilatzaileetan agertzeko:

- Gako-hitzak URL eta etiketetan jarri.
- Hitz **lodiak**. Hobe sarreran bakarrik erabiltzen badira.

Esteken betekizun nagusiak

1. Identifikazioa. Profil pertsonala, profesionala, enpresarena...
2. Testuingurua. Aurrekariak, dokumentazioa...
3. Iturriak egiaztatu
4. Gardentasuna
5. Gomendatu eta zabaldu
6. Eguneratu. Argitaratu ondoren egongo diren erreakzioak gehitu
7. Bilatzaileetan bisitariak. Loturak bilatzaileetan agertzen dira

## TITULUA

- Zenbat eta laburragoa, orduan eta indar handiagoa
- Deskribatzailea, bilatzaileek errazago topatzeko
- Titulua agertzen den lekuaren arabera:
  - Azalean: adierazkorragoa, pertsonalagoa eta literarioagoa
  - Albistean bertan: deskribatzailea
  - Sare sozialetan: ahal bezain sintetikoa. Twitterren traolarekin
- Gako-hitzak
- Koma eta punturik ez

Ziberhedabideetan titulu motak:

- Informatiboak: datu objektiboak  
*Nafarroak behearantzko joerari eutsi dio, 90 kutsatu gehiago erregistratuta*
- Adierazkorrak: hitz gutxi, emozioetan zirrara sorrarazteko helburua. Kiroletan asko erabiltzen da  
*Haizea baino arinago*

- Adierazpen-titulua: protagonistaren hitzak (zuzenak, zeharkakoak zein bitarikoak)  
“*Superkutsatzaileen bidez era heterogeneoan zabaltzen da birusa*”
- Deitzaileak (apelatiboak): atentzioa deitzeko, informazioan gehiegi sakondu gabe

Titulu mailak:

- Lehenengo maila: informatiboa  
*Barne ministroa kargutik kendu dute diru publikoa bidegabeki xahutzeagatik*
- Bigarren maila: aditz metaforikoekin  
*Barne ministroa kargutik kendu dute kutxa publikoan eskua sartzeagatik*
- Hirugarren maila: kalifikatzaileekin  
*Barne ministroa kargutik kendu dute ustelkeriagatik*
- Laugarren maila: hitz jokoekin  
*Lopez ministroa hondoratuta kargutik kendu dutelako diru publikoa gaizki kudeatzeagatik*
- Bosgarren maila: sentsazionalista  
*Harrapatuta!*
- Seigarren maila: editoriala  
*Bat gutxiago: barne ministroa kargutik kanpo dirua bidegabeki xahutzeagatik*
- Zazpigarren maila: hutsala  
*Lopez deseginda*

Lehenengo mailetan gako-hitzak gehiago erabili ohi dira eta bilatzaileetan aurkitzea errazagoa da.

## 4. GAIA: ELKARRIZKETA

### ELKARRIZKETAREN EZAUGARRIAK SAREAN

Sinkronikoa edo asinkronikoa izan daiteke

- Sinkronikoa: kazetariak galderak helarazi eta elkarrizketatuak zuzenean erantzuten du
- Asinkronikoa: galderak bildu eta hautatu egiten dira elkarrizketa egingo dela iragarri ondoren

### ELKARRIZKETAREN EGITURA

**Titulua:** elkarrizketatuak elkarrizketan esandako zerbait (gorputzean ere agertu behar da)

#### **Aurretitulua (laburra)**

- Elkarrizketatuaren izen-abizenak
- Lanbidea edo elkarrizketatua izatearen arrazoia

#### **Sarrera**

- Protagonistaren argazki bat
- Pertsonaiaren eta gaiaren aurkezpena
- Gaurkotasunari erreferentzia (elkarrizketa gaurkotasunarekin erlazionatuta badago). Elkarrizketatuaren eta gaurkotasunaren arteko harremana zenbat eta ezagunagoa, sarrera orduan eta laburragoa izango da

#### **Gorputza**

Pertsonaiaren ahotsa sartzeko bi modu daude, konbina daitezkeenak:

1. Galderak eta erantzunak (zuzena).

- Ez dago kazetariaren interpretaziorik
- Ibilbide profesionalean gehiago zentratu ohi da

Idazteko aukera ezberdinak:

- **Zer iruditzen zaizu...?**  
Pertsonaiaren erantzuna
- **Galdera:** Zer iruditzen zaizu...?  
**Erantzuna:** Nire ustez...  
G: (...)  
E: (...)
- **Berria:** Zer iruditzen zaizu...?  
**Karmele Jaio:** Nire ustez...  
B: ¿...?  
K.J.: (...)

## 2. Idatzitako galdera zuzenik gabe (zeharka)

- Informazioa eta interpretazioa agertzen dira
- Pertsonaiaren ideiak kazetariaren ikuspegitik
- Galdera/erantzun egiturarik ez. Kazetariak kontalariaren papera hartzen du
- Kontakizun batean sartzen da dena, elkarrizketatuaren adierazpenak komatxoaren artean eta pertsonaiaren azalpenekin eta berari buruzko deskribapenekin tartekatzen dira. Material osagarriak eman ohi dira; datuak, inpresioak, giroa...
- Askatasun formala handiagoa da, elkarrizketa literarioagoa
- Egitura honekin askotan pertsonaiaren elkarrizketa pertsonalagoa izan ohi da
- Aipu-erreportaje baten antza dauka, baina elkarrizketan protagonista elkarrizketatua da eta aipu-erreportajearen gaia nagusitzen da

## ELKARRIZKETA MOTA OHIKOENAK

- Gaurkotasunari lotutakoa. Normalean galdera-erantzun moduan
- Nortasun elkarrizketa:
  - Gaia elkarrizketatua da
  - Kazetariak sormenerako tarte handiagoa
  - Komeni da gaurkotasunarekin zerikusia duen gai batez aritzea
  - Elkarrizketatuaren irudi fisiko zein psikologikoa
  - Hitz egiteko moduaren edo keinuen deskribapena, etab.
  - Ibilbide profesionalaren inguruan aipagarria dena
  - Bere bizileku eta lantokiaren giroa deskribatu
  - Gai sakonei buruzko iritzia
- Elkarrizketa literarioak:
  - Ekoizpen estetiko bat lortu nahi du kazetariak. Irekia da eta interpretazio ugari sortzen du, batez ere hizkuntzagatik.
- Formula elkarrizketak
  - Test psikologikoaren antzekoa
  - Kazetariaren esku hartzea txikia da. Galderak astero errepikatzen dira, eta astero pertsona ezberdin bati egingo zaio elkarrizketa
  - Titulua eta sarrera aldatzen dira
  - Dinamikoa da: erantzun laburrak (5 hitz)
- Egokitutako galdetegia
  - Galdera labur eta azkarrak, elkarrizketatuari egokituak
  - Formula elkarrizketaren ezaugarri berdinak
  - Igandeetako aldizkarietan azkeneko orrialdeetan ohikoak

## BESTE GENERO DIALOGIKOAK (Txat-ak, foroak, inkestak)

Helburuak: lehen eskuko informazioa lortu eta gaurkotasunari lotutako gaiei eta irakurleen interesari buruzko iritzia jasotzea.

Idatzizko solasak bideratzen dituzten formatuak dira, momentuan edo denbora batera burutu daitezkeenak.

## **Txat-ak**

- Elkarrizketa tradizionalaren antzekoa. Desberdintasuna parte-hartzaileen identitatea (elkarrizketatua + kazetaria + zibernautak).
- Kazetaria galderak egiten dituen izan beharrean moderatzaile izango da.
- Puntuala eta noizbehinkakoa, zehaztutako egun eta ordu batean egiten da

## **Foro edo debatea**

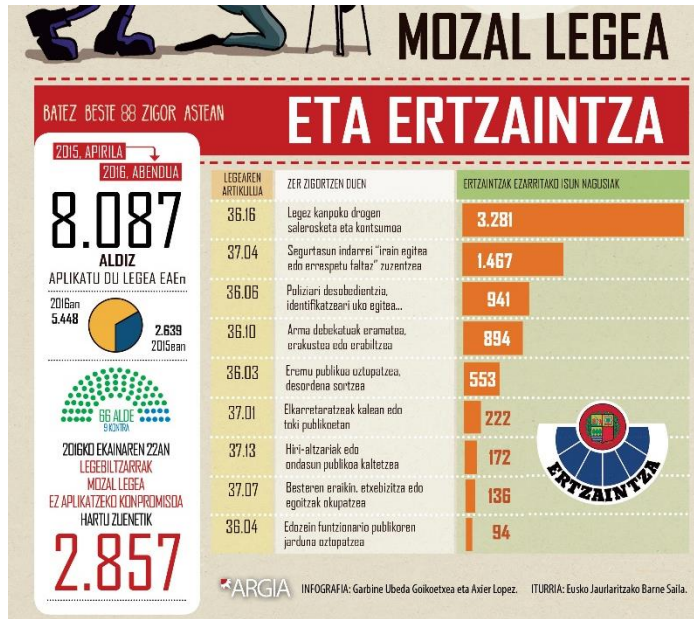
- Iraupen luzea du
- Kazetariak bi jarrera izan ditzakete: parte-hartzailea edo zaintzailea
- Erabiltzaileen artean debatea sortzean dago arrakasta

## **Inkesta**

- Ziberhedabideetan inkesta digitalek leku handiagoa hartu dute
- Iritzi publikoaren neurria hartzeko balio handiagoa dute kaleko inkestek baino
- Parte hartzaile askoren arteko inkestak egin daitezke
- Informatiboki ez dira oso fidagarriak

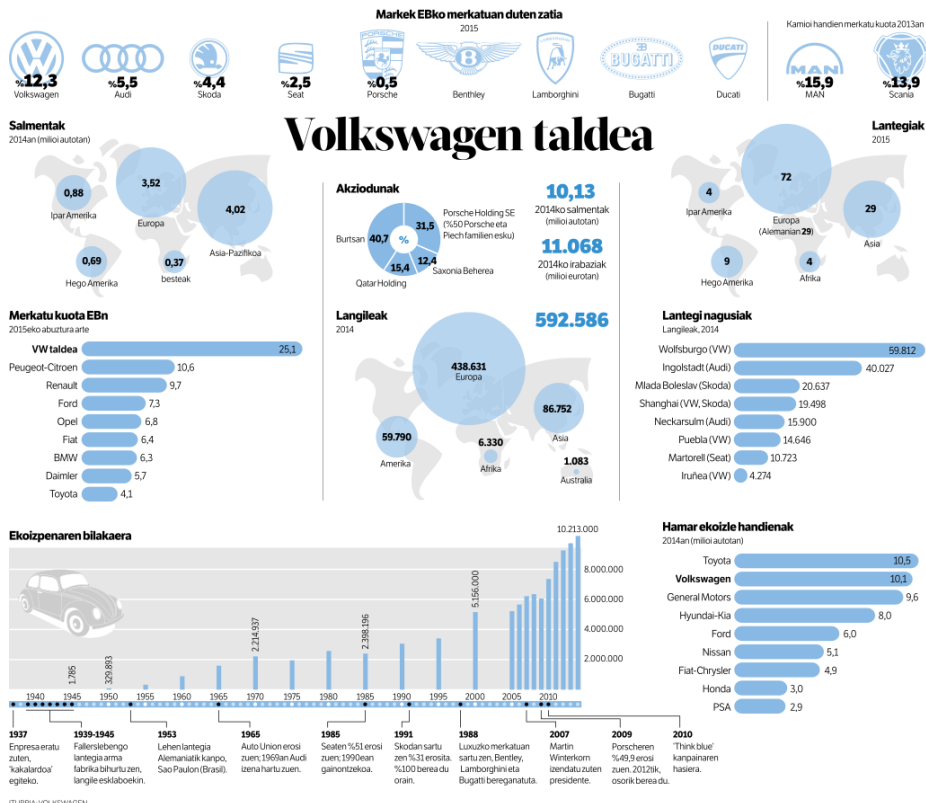


- Datu taulak  
Datu deskriptiboak aurkezten dituzten irudi soilak.



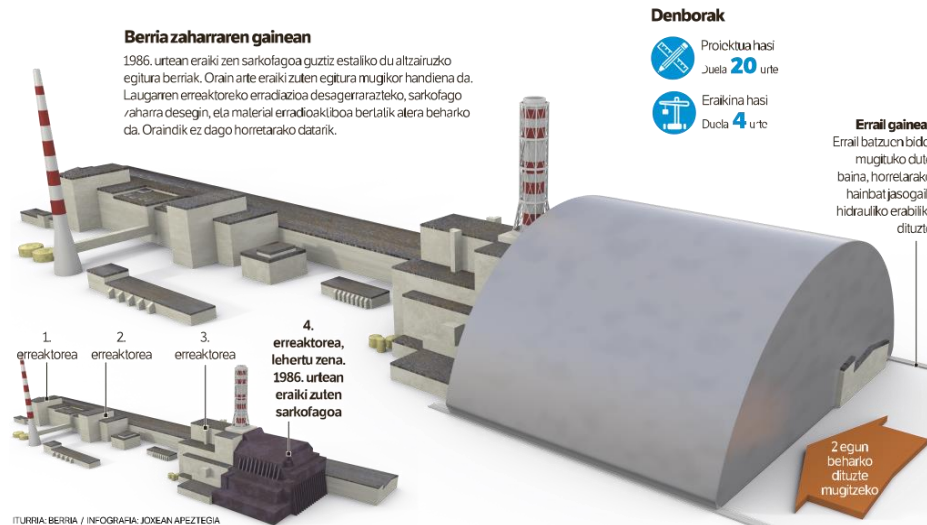
### 3. Organigramak

Kontzeptuak antolatzeko edo prozesu baten faseak deskribatzeko. Horien artean, kronogramak.



## 4. Diagramak

Errealitate fisikoak deskribatzeko (eraikinen itxura, objektuen zatiak...)



## INFOGRAFIKOAREN ELEMENTUAK

- Titulua: zuzena eta koadroko edukia azaltzen duena. Azpitulua eraman dezake.
- Testua: laburra. Gorputzak azaltzen ez duena azaltzeko.
- Gorputza: informazio bisuala.
- Iturria



## 6. GAIA: ERREPORTAJEA

### Informazio erreportajea

Gai librekoa, modu objektiboan landua eta estilo zuzenean idatzia.

Gertaerak azaltzen dira baina ez dute nahitaez gaurkotasunari lotuta egon behar. Gertaera berriak edo ezezagunak izaten dira. Informazio erreportajeak aukera ematen du albisteak xeheago azaltzeko.

### Interpretazio erreportajea

Sakonak izan ohi dira, eta gaurkotasunetik harago aztertzen dute gaia, ikuspuntu zabalagotik. Dokumentazio lan handia.

Idazlana ez da testu bakarria izaten: zatidurak (analisi, iritzia...), elkarrizketa zatiak, infografiak, argazkiak...

Informazio erreportajeak baino luzeagoak izan ohi dira.

### MULTIMEDIA ERREPORTAJEAREN OSAGIAK

Testua eta ikus-entzunezko baliabideak uztartzen ditu.

- **Testua:** emango den informazioaren oinarritzko gida eta gaiari sakontzeko modua.

Testuaren ezaugarriak:

- Hizkuntzaren erabilera aberatsa
  - Egokiena da testua dokumentu ezberdinetan banatzea. Medioek alde batetik dokumentu bakarrean idatzitako testua aurkezten dute eta bestetik testurik gabeko ikus-entzunezkoaren dokumentua.
  - Testua medioak ez ezik beste iturriek sortutako edukiek ere osatzen dute.
- **Irudi estatiko edo dinamikoa** (argazkiak, bideoak...)
  - **Soinua**
  - **Infografia**
  - **Iturri dokumentalak.** Esteken bidez informazioa osatzen dute.

### ERREPORTAJEAREN EGITURA

#### Goiburua.

- Laburra, erakargarria, askea
- Titulua arreta pizteko erabiltzen da maiz, eta azpтитuluak erreportajearen gaia azaltzen du
- Zatidurek ere izenburua daramate

## Sarrera

Sarrera motak:

### 1. Laburpen-sarrera

Puntu edo sekuentzia zerrenda bat, erreportajearen alor ezberdinen ideia bat ematen duena

Llegó el verano, y con él, las vacaciones y el turismo. El verano de la recuperación económica. El verano en el que, según las previsiones, se batirán todos los records de visitantes e ingresos. El verano en el que se vivirá un nuevo "boom" de los turistas británicos, y en el que los provenientes de los países del Este, sobre todo de Rusia, serán una novedad. El verano en el que los españoles viajarán más. Estas son las claves del turismo que viene. Eso sí, en busca, como casi siempre, del típico binomio sol y playa<sup>48</sup>.

### 2. Narrazio-sarrera

Irakurlea erakartzeko narrazioa da protagonista, ekintzak kontatzen dira. Erreportajearen gaiarekin zerikusia izan behar du.

### 3. Sarrera deskribatzailea

Egoera bat deskribatzen da. Kazetariak bertan izan dela adierazten du, lehen pertsona erabili gabe (pertsonaiak, paisaiak, etab. erakutsiz).

### 4. Kontraste-sarrera

Erreportajea kontraesanak daudenean, eta ikuspegiak kontraesan horiek nabarmentzen dituztenean erabiltzen da.

*"Nekez pentsa liteke Libiako hiririk garestienez gaudenik. Zaborra eta lokatza nonahi dago."*

### 5. Galdera-sarrera

Galderaren segidan eskaini daiteke erantzuna, pixkanaka erantzuten joan edo bukaeran.

### 6. Deitzailea (apelatiboa)

Irakurleari zuzentzen zaio, bigarren pertsona erabiliz.

### 7. Aipu-sarrera

### 8. Dedukzio-sarrera

Egoera orokorretatik kasu zehatzetara joaten da.

### 9. Kasuzko sarrera

Kasu zehatz bat azaltzen du, ondoren erreportajea gai orokor gisa landuko dena.

#### 10. Parodiazko sarrera

Poemak, estrofa, atsotitzak, etab. imitatu, paroa bat eginez. Gertaerak azaltzen dira ironia puntu batekin.

#### 11. Suspentse-sarrera

Asmakizun bat planteatzen da, eta erantzuna gerorako uzten da.

#### 12. Sarrera sinbolikoa

Kontzeptuak adierazteko metaforak edo irudiak erabiltzen dira.

### **Gorputza**

Hiru osagarri:

- a) Testuingurua. Oraina iraganarekin erlazionatzen da.
- b) Datuak eta adierazpenak
  - Datu adierazkorak
  - Adituen edo protagonisten adierazpenak
- c) Adituen balorazioak

### GORPUTZA EGITURATZEKO AUKERAK SAREAN

#### 1. Gaika sailkatzeko egitura (blokeak)

Bloke bakoitzean ikerketaren alderdi bat garatzen da.

- Dialektika edo kontrapuntua (blokeak)  
Gai baten inguruko bertsio desberdinak daudenean, bloke bakoitzean iturrien ikuspuntu ezberdinak aurkezten ditu.
- Kasuz kasuko egitura / historia pertsonalak (blokeak)  
Kasu independenteak dira baina gaiarekin erlazionatuta daude. Sarrerak eszena hauek guztiak erlazionatzen ditu.

#### 2. Kronologia

### TRANTSIZIOAK

Erreportajearen zati ezberdinak (sarrera, gorputza eta amaiera + paragrafoak) lotzen dituzten elementuak. Testuari erritmoa ematen diote, eta ondo erabiliz gero irakurlea ez da ohartzen.

Juntagailuak eta lokailuak dira: zerrendaketa, sinonimoak...

### ERREPORTAJEAREN AMAIERA

Hainbat aukera: aipuak badira nagusi, aipu batekin amaitzea komenigarria. Kontaketa diakronikoa edo kronologikoa bada, gugandik gertuen dagoena. Laburpenak, etorkizunari begirako planteamenduak...

## ERREPORTAJE MOTAK SAREAN

1. Informazio/gaurkotasun erreportajea
2. Webgune/erreportaje berezia
3. Multimedia erreportajea
4. Dosier dokumentala

### 1. Informazio erreportajea

- Papereko erreportajeen irizpide berdinak erabiltzen dira
- Testua multimedia baliabideen gainetik
- Erreportaje laburrak
- Gai librea, estilo zuzenean idatzia. Gaurkotasunari lotuta, albisteak xeheago azaltzeko aukera ematen du
- Hipertestualitate eta multimedia gutxi
- Kontaketa lineala nagusitzen da

### 2. Webgune/erreportaje berezia

- Informazio erreportajeak baino luzeagoak eta sakonagoak izan ohi dira. Gaiaren testuingurua eskaini behar dute.
- Ez daukate maiztasun zehatzik
- Eragin handiko gaiak: inmigrazioa, terrorismoa...  
Baita ekitaldi bereziak ere: hauteskundeak, urteurrenak...
- Edukiek (testuak, audioak, irudiak) "edukiontzi" bat osatzen dute. Erreportajeak mikro-webgune baten tankera hartzen du, eta ziber-hedabidearen atal zehatzetan aurkitzen da.
- Multimediatasuna aprobetxatzen dute eta hipermedia dira.
- Konplexuak eta garestiak dira. Denbora, baliabide tekniko eta giza baliabide asko behar dute.

### 3. Multimedia erreportajea

- Bideoak eta grafikoak oinarrizko baliabideak dira
- Elkarreraginak garrantzia handia du
- 2001eko irailaren 11ko atentatuaren ondorioz garatu zen ("show, don't tell")
- Sekuentzialtasun eza (irakurketa ez lineala)
- Hipermedia
- Mota askotako estekak
- Aldizkotasuna apurtu

### 4. Dosier dokumentala

- Gai bera jorratzen duten hemerrotekako artikuluz osatutako dosierra.

## POSIZIONAMENDUA

### ERABILGARRITASUNA

Web baten interfazeen elkartzen diren elementuen erabilera errazari lotuta doan ezaugarria.

\*Interfaz: elementu grafikoez osatutako egitura, erabiltzailea webaren edukietara sartzea ahalbidetzen dutenak.

Erabilgarritasuna ahalbidetzeko:

- Erraztasuna. Webera iristeko eta lehenengo aldiz sartzerakoan weba ulertzeko erraztasuna.
- Eraginkortasuna. Behin weba ezagututa, erabiltzaileak zeregin bat azkar burutu ahal izatea.
- Funtzionamendua gogoratzeko erraztasuna. Erabiltzailea denbora luzez webean sartu gabe egon ondoren, funtzionamendua gogoratzeko erraztasuna.
- Erabiltzailea asebeteta uztea. Diseinu atseginak laguntzen du.

Testuaren erabilgarritasuna neurtzeko:

- Eyetracking: begiaren mugimenduak jarraitzeko erabiltzen den teknologia. Erabiltzaileari buruzko informazioa jaso nahi da begien mugimenduak emandako informazioarekin. Honako informazioa jasotzen da:
  - Pertsona nora begira dagoen momentuoro
  - Zerk lortzen duen bere arreta
  - Zein den intentzioa
  - Pertsona horren sentipenak
  - Balioa duen edukia non kokatuta egon behar den
- Irakurketa. F Eredua: begiradak non biltzen diren erakusten duen bero mapa, eyetracking-aren emaitzen arabera

Ikerketen ondorioak begien ibilbidea irakurtzerakoan:

- Lehenbizi irakurketa horizontala pantailaren goiko aldean
- Ondoren bigarren mugimendu horizontal bat, laburragoa, azpian
- Azkenik ezkerreko azkeneko zatia begiratzen da
- Ordenagailuan paperean baino %25 astiroago irakurtzen da (200 hitz/minutuko)
- Istorio laburrak luzeak baino 3 aldiz gehiago irakurtzen dira
- Paragrafo laburrek interes handiagoa
- Erabiltzaileen %16ak irakurtzen du hitzez hitz (orrialdearen %20 oro har)
- Erabiltzaileak arreta handiagoa jartzen du testuan, multimedien baino

### NOLA DOITU TESTU BAT SARERAKO?

- Tituluaren heren bat baino ez da irakurtzen. Ezkerrealdetik hasita lehenengo hitzak deigarria.

Googleko bilaketa rankingean lehenengo posizioak lortzeko

SEO → Search Engine Optimization (Bilaketa motoreen optimizazioa)

Faktore asko daude webguneak posizionatzerakoan, horien artean autoretza eta garrantzia.

Autoretza = webgunearen ospea. Zenbat eta ezagunagoa, bilaketan orduan eta gorago.

Garrantzia = egindako bilaketak orrialdearekin duen erlazioa.

PPC → Pay Per Click

Ordaindutako iragarkien bidez zure webera bideratutako trafikoa lortzea.

Iragarkia argitaratzeko aukerak:

- Search (bilatzailean bertan)
- Display (Banner-ak). Gurea ez den web batean agertzen dena.
- Mobile. Mugikorren aplikazioetan agertzen dena.
- Bideoak. Youtuben adibidez.
- Sare Sozialetan.

SEM → Search Engine Marketing (Bilaketa motoreen marketina)

Webgune batek bilatzaileetan posizionamendu hobe bat lortzeko erabiltzen dituen teknikak.

SEMek horretarako teknika guztiak barnebiltzen ditu,

- PPCak: ordainpeko estrategiak
- SEO: naturalki lortzen den posizionamendua

## POSIZIONAMENDU NATURALA LORTZEKO

### 1. Kalitatezko eta berezko edukiak

- Interneten hiru eduki mota: komertziala, balioa daukana eta betegarria (*de relleno*). Googlek bakoitza antzematen daki.
- Edukia originala izatea, kopiatu eta bikoiztu gabea. Googlek bikoiztutako edukiak baztertzen ditu.
- Testu labur eta ondo editatuak errebote tasa ekiditeko (erabiltzaileen artean zenbatek alde egiten duen adierazten duen zenbakizko tasa).

### 2. Gako-hitzak

Bi mota:

- Orokorrak. Adb: *sare sozialak, komunikabide digitalak*
- Long tail. Adb: *kazetaritza egiteko modu berriak*

### 3. Eduki digitalei lotutako hainbat elementu

- Link edo estekak
- URL-ak
- Multimedia edukia

### GAKO HITZAK AUKERATZERAKOAN KONTUAN HARTU BEHARREKOAK

1. Irakurleen lekuan jarri, haiek bilatuko luketena pentsatu
2. Zerrenda bat prestatu gaiarekin erlazionatutako hitzekin
3. Lehiakideek erabilitako hitzak aztertu
4. Hitzek lor dezaketen bilaketa-kopurua konprobatu (Google Ads)

Google Ads: Googleren iragarki plataforma, iragarleentzat.

Inbound marketinaren kanal nagusia

Inbound marketing: nik bilatzen dut

Outbound marketing: bilatu egiten naute

Iragarleak terminoen zerrenda bat sortzen du, eta norbaitek horietako bat idazten duenean Googleren iragarlea agertzen da eta klik eginez gero iragarleari ordaindu behar dio (publizitateak helburua lortu duelako).

5. Gako hitz gehiegi jarriz gero, Googlek SPAM gisa har dezake eta albistea zigortu
6. Gauza bera aukeratutako gako-hitzak gero edukietan agertzen ez badira (adibidez *doan*)
7. Google Analytics erabili  
Webguneetara iristen den trafikoari buruzko informazio taldekatua eskaintzen du, kontuan hartuta audientzia, erosketa, portaera eta webgunean egiten diren eraldaketak.
8. Google Trends. Iragan hurbileko bilaketa-termino ezagunenak erakusten ditu.