

Periodista Digital – 5 claves para triunfar en la prensa con un blog

Periodista Digital es aquel comunicador nativo digital, que basa toda su capacidad comunicativa en internet, aprovechando la infinidad de recursos que la gran red tiene para poder hacer llegar la información y / o opinión a la audiencia de forma sencilla y muy rápida.

En el contexto actual que estamos por el Coronavirus (COVID-19) la gran parte de las labores del periodista se hace en remoto, por eso es importante destacar en este post, las distintas herramientas que debe trabajar un periodista digital en tiempos de coronavirus.

Herramientas imprescindibles el teletrabajo de periodistas.

A continuación, vamos a destacar unas cuantas herramientas necesarias para poder teletrabajar un periodista y no tener problemas con las conexiones en remoto:

Zoom

Es una herramienta para videoconferencias. Tiene una versión gratuita, y otra de pago. La versión gratuita se puede usar de forma operativa sin ningún problema. No tiene conexión con los canales de youtube ni facebook ni nada de esto. Si necesitas algo que conecte con el canal de youtube, tienes que ver la siguiente herramienta:

Streamyard

Es una herramienta para meeting y conferencias online (webinar). Lo bueno es que la versión gratuita también es tremendamente operativa, y puedes conectar la herramienta a tu canal de Youtube o a tu grupo o perfil de Facebook.

Capturetoagif

Es un capturador de lo que quieras en formato Gif, pero captura movimiento sin sonido.

Semrush social media poster

Una de las tools de Semrush que sirve para programar twitts y post en redes sociales. .

Extensiones de Chrome para periodistas digitales:

Vamos a crear un nuevo post que hable precisamente de extensiones Chrome para periodistas, porque este post se está haciendo realmente largo. Está generando tanto interés, que nos lleva a plantear una nueva sección de Extensiones Chrome.

Click&Clean

Sirve para borrar todos los datos de navegación y correos electrónicos dados de alta en un ordenador. Es ideal cuando trabajas con un pc que no es el tuyo, para no dejar rastro ninguno.

PanicButton

Imagina que estás escribiendo una noticia en una sala de prensa, y llega algún compañero y se pone a hablar contigo, o te pide que le enseñes algo. Pues con esta extensión podrás esconder todo lo que estabas haciendo.

Grammarly for Chrome

Si escribes en Inglés y no quieres meter la pata, te recomiendo esta extensión. Está genial para parecer un experto con el idioma de Shakespeare.

Documentos de Google Sin Conexión

Imprescindible cuando estamos en lugares donde no es posible la conexión por falta de cobertura. De esta forma podemos crear todos nuestros trabajos y sincronizamos cuando esté disponible.

Phototracker lite

Es una extensión que te ayudará a saber el uso que se está haciendo en internet de tus imágenes y tus creaciones. Es muy intuitivo y demasiado imprescindible para cualquier fotoperiodista.

Vídeo downloader profesional

Con esta extensión podrás descargar cualquier vídeo en mp4 en tu ordenador. Es ideal para unas primeras capturas por si desaparece el contenido muy rápido.

TinEye Reverse Image

Sirve para saber el autor y la procedencia de una imagen. Es ideal si quieres utilizar fotos gratuitas.

En principio estas son las más destacadas que he encontrado. Iremos publicando más conforme vayamos encontrando y probando.

Awesome Screenshot: Screen Video Recorder

Esta extensión sirve para crear capturas de pantalla que podemos compartir con nuestros contactos, agregarlas a un documento o descargarlas a la web. Es tremendamente útil para capturar twit antes de que los borren sus dueños por un error. El periodista del siglo XXI más fiable es aquel que sabe aprovechar todos los soportes de comunicación que se le presentan, y además saca partido de ello. Pero los soportes de comunicación varían, por eso este post está, también, en continua actualización.

Con las últimas modificaciones de los algoritmos de Google, hay una profesión que ha resultado extremadamente privilegiada en cuanto a posicionamiento de sus blog se refiere. Si bien un periodista digital no es un periodista al uso que comenta en radio, o escribe en periódicos o narra en televisión, si que tiene la facilidad y la facultad de escribir mucho y muy bien y además es capaz de escribir de temas muy diversos.

En el siguiente artículo no vamos a dar ninguna clase de cómo debe ser un periodista digital. No soy quien para decir esto. Simplemente daremos unas pautas para que todo aquel que lo sea o se considere como tal, pueda aprovecharse del mundo de internet y las nuevas tecnologías para mejorar su marca personal y, por tanto, su influencia en la red.

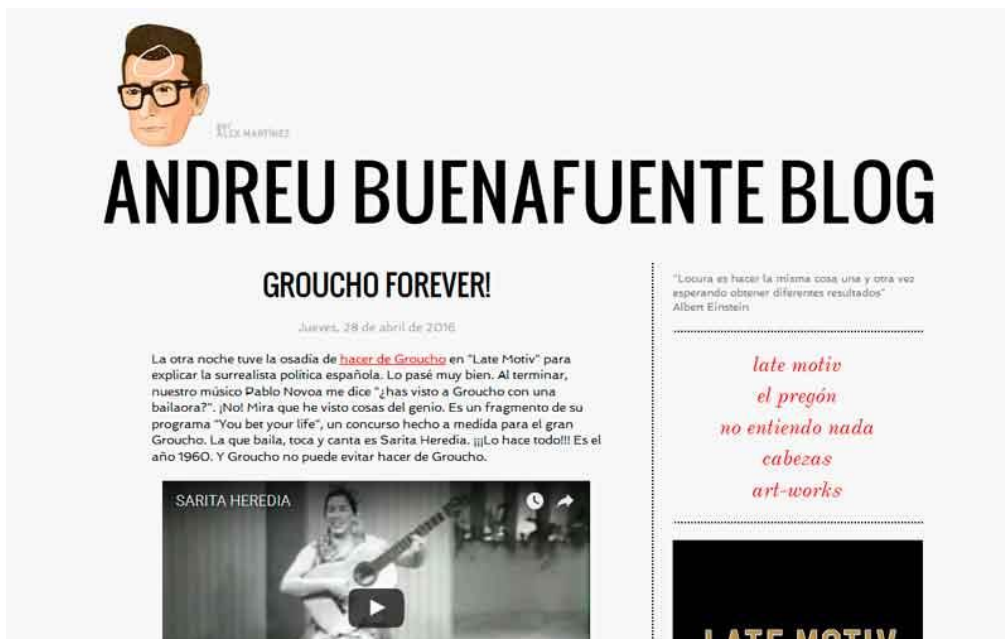


Nuevo diseño de interdeportes

Aquí expongo 5 pasos para que un Periodista digital le saque partido a su trabajo.

1.- Imprescindible. Tener un Blog Personal.

Un periodista digital debe tener un blog personal al margen de su blog corporativo de la empresa donde trabaje, o independientemente de donde escriba. El blog personal le servirá para ser mas intransigente o menos, o más liberal, o menos, en tres palabras: ser tú mismo. Un blog personal te da la libertad de poder expresarte de lo que sientes, o de lo que quieres. Normalmente muy poca gente tiene un blog personal con temática distinta a su profesión. Aunque últimamente se está poniendo muy de moda, y tiene bastante aceptación que, por ejemplo, un periodista generalista pueda tener un blog donde hable de viajes, o un deportivo, un blog de ecología, siempre y cuando entiendan de lo que escriben.

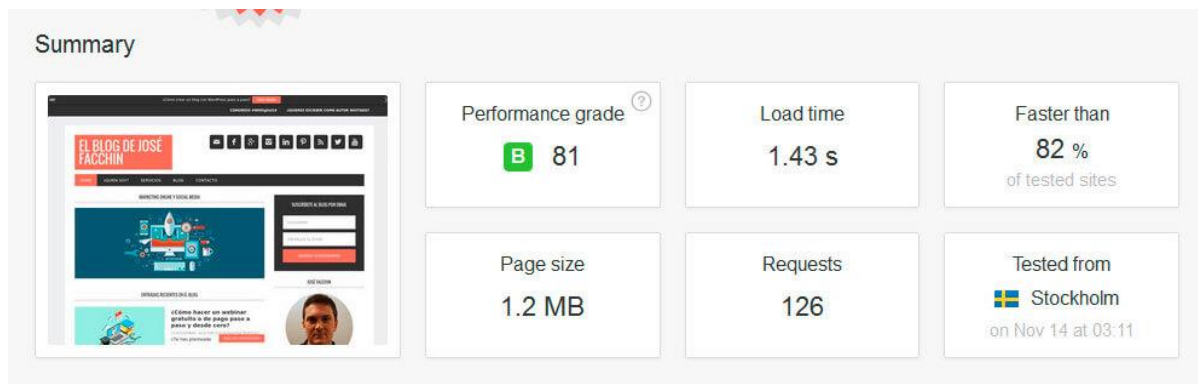


Existen muchas formas de poder crearse un blog de forma gratuita, wordpress.com, blogger, etc... El problema de estas plataformas es que no las controlamos al 100% nosotros. Por tanto, lo ideal es crear un Blog con un CMS (Introduccion de Contenidos) Open Source (de Código abierto), que podemos instalar en nuestro hosting y comenzar a funcionar.

Mi recomendación es hacerlo con WordPress.org. Descargamos la plataforma y la subimos e instalamos en nuestro hosting.

¿Qué hosting utilizamos?

Si buscamos por internet nos aparecerán varios con muy buena pinta. Yo me suelo guiar en gran medida por la velocidad de carga del servidor. A continuación, ponemos la velocidad de carga de la Web de José Facchin.



Este blog está alojado en Raiola Networks.

2.- Escribir con asiduidad.

Lo mínimo es escribir una vez por semana, pero lo ideal sería escribir un post al día. Artículos de más de 1000 palabras con una o más imágenes y si se pone algún video sería genial. Desde el punto de vista ideal un buen post sería con 2000 palabras, utilizando etiquetas H1(una vez) h2(dos o tres veces), h3(a partir de tres veces) y h4 y h5 si pones, puedes poner las que quieras, además de 3 fotografías, y un vídeo.



¿Por qué debemos escribir 1 post a la semana?

Debemos tener en cuenta que cuanto más información nueva y actualizada tenemos en nuestro blog, siempre será mucho más efectivo. En pocas palabras, si acostumbramos a Google a que pase por nuestra web 1 vez cada dos días, si siempre ve el mismo contenido, ampliará el tiempo de cacheado y, por tanto, el blog tendrá menor posicionamiento.

3.- Aprovéchate de tu posición en tu empresa para recomendar tu blog.

Cuando escribes información es más difícil, porque colar una alusión a un artículo de tu blog con un enlace follow, es muy difícil. Esto es más sencillo si escribes artículos de opinión, por lo que deberías pedir a tu empresa que te deje escribir de opinión o tener un blog corporativo tuyo propio (sería ideal), donde se pueden colar enlaces a tu blog, bien estructurados, y éstos serían unos enlaces de calidad que le transfieren una potencia brutal.



Si algo tienen los periodistas y más los digitales es la tremenda red de contactos que tienen a nivel nacional de profesionales del sector. La mayoría de ellos ya tienen sus blogs, o simplemente escriben en una sección del periódico. Debes contarle a cada uno de ellos que tienes el blog, y sobre todo, pedirle que te enlace, que te ponga un enlace con el nombre de tu blog en alguno de los artículos que escriba. Esto será fundamental, si queremos tener un posicionamiento ideal.

4.- Redes Sociales.

Un periodista, digital o no, no es nadie sin su cuenta de Twitter. Twitter ha revolucionado el periodismo. Incluso en diarios con millones de visitas se comentan partidos en directo por el pájaro azul. El error de muchos de ellos es no poner enlaces a tu sitio web o tu blog y una llamada a la acción. Por ejemplo: [Ojo que hay un tapado para ser el nuevo entrenador del Barça: También es de la casa.....- <http://www.interdeportes.es/vilanova-recae-y-lo-deja-laudrup-posible-sustituto/> ... via @Interdeportes imprescindible no contar todo a través del twitter, tienes que captar la atención del seguidor y darle argumentos para que pinche y lea la noticia. Como vemos hay una llamada a la acción algo de noticia, y un secreto que lo descubrirás sólo si pinchas.



Twitter sigue siendo el canal estrella para los Periodistas. Los más afamados, como Buenafuente, Jordi Evole, Ana Pastor, o Perez Reverte, superan el millón de usuarios.



5.- Offline.

Además, el periodista digital siempre tiene que hacer un trabajo offline que le provoque esa viralidad que haga que su blog sea más visitado, más leído y más compartido. Una de las mejores formas es colaborar en otros medios de comunicación (de otro ámbito) en tertulias, entrevistas, foros etc. Por ejemplo, un periodista deportivo online, es invitado a una tertulia en radio. Esa radio tiene muchísimos seguidores y más oyentes, y cuando te presenten dirán tu nombre y tu medio, además es una oportunidad perfecta, las tertulias, para aludir, o hacer referencia a partes de algún artículo que hayas escrito en el blog.

Un periodista digital que cumpla estos 5 puntos sin duda va a ser uno de los mejores valorados en Internet, ya que normalmente escribirá bien, y mucho, y contenido exclusivo, no copiado, por lo que apoyándose en estos puntos conseguirá la repercusión y la suerte dirá si también la viralidad, que necesita para crear audiencia y estar en la cresta de la ola.

6.- Fuentes a la vista

El secreto mejor guardado de un periodista siempre son sus fuentes. Por ello en el periodismo convencional incluso es legal escribir una información sin mencionar a las fuentes, ya que estas están protegidas. Pero en el periodismo digital no es del todo así. Las fuentes son los sitios de referencia que Google que nosotros vamos a recomendar para ampliar información o sitios en los que nos hemos basado para realizar la noticia. Por ello es importante que estas fuentes estén totalmente claras a la vista, y sobre todo no las escondas. Porque el usuario, al pinchar un enlace, tiene que saber el lugar exacto

al que va. Si va a salir de tu página, procura que sea en otra ventana, y que tenga claro dónde va a ir. De lo contrario será una muy mala experiencia.

Un buen artículo periodístico es aquel en el que no necesitas más que lo que estás leyendo para tener la información. Por ello si el usuario (lector) no tiene toda la info, saldrá (por lo que habrá un rebote) y buscará otra página para ampliar información. Si nosotros le ponemos en el artículo una serie de referencias para que el usuario se vaya donde nosotros digamos, es mucho más positivo y menos penalizable.

Extra. Herramientas para Periodistas digitales

A continuación, y como un extra al artículo detallaremos algunas herramientas necesarias unas, imprescindibles otras, que todo Periodista Digital debería tener.

Thinglink

Se trata de una herramienta multimedia en la que puedes crear imágenes interactivas, incrustando vídeos, enlaces y demás en la propia imagen. Es una forma de presentar infografías de forma completa y diferente.

Canva.com

Es un creador multimedia online. Si no eres muy ducho con las imágenes, canva te ayudará a generar imágenes casi profesionales con sólo 1 click. No tendrás que saber de diseño ni de maquetación. Es una herramienta gratuita al servicio de cualquiera.

Hootsuite

Es un organizador y automatizador de redes sociales. Puedes agregar varias redes sociales y publicar el mismo contenido en todas ellas al mismo tiempo, lo que te agiliza la labor de publicación.

Incall Recorder

Es una App que permite grabar hasta 1 hora de llamadas telefónicas. Además, podemos ecualizar las llamadas, y editarlas. Los resultados los obtenemos en archivos de audio en Alta calidad mp3.

Ready for Social

Si queremos curar contenido (la curación de contenido es utilizar contenido que ya existe en internet y darle una vueltecita de forma que sea un tanto diferente al inicial). Es una aplicación en nube, por lo que podemos programar, curar y automatizar cualquier red social, incluida Pinterest.

Dropbox

Esto ya no para periodistas, sino para cualquiera que quiera tener todos sus datos en nube y pueda verlos desde cualquier dispositivo. Es muy positivo para trabajos colaborativos. Tiene una parte gratuita y otra más avanzada de pago.

Fuente: <https://www.elblogdelseo.com/periodista-digital-claves-para-triunfar/>