

Índice

9 /Presentación

17 /El por qué y el para qué de este manual

25 /El periodista (o *blogger*) y sus fuentes

35 /Un poco de historia del periodismo

51 /La técnica

59 /Los géneros

87 /Errores típicos en redacción

95 /Consejos específicos para la redacción *blogger*

101 /Transmitir con el diseño

109 /Redes sociales: no son un medio de comunicación pero actúan como tal

131 /Fundamentos de captura con smartphone y retoque fotográfico online

141 /SEO o cómo posicionarse en el agitado mar de google

147 /Unas palabras de despedida

Presentación

Antes de nada, te saludo y te agradezco de antemano que hayas elegido este libro de entre todos los manuales de *blogging* y comunicación que existen en el mercado. La oferta es vasta y me alegra profundamente que te hayas decantado por este texto.

Este libro está dirigido tanto a *blogger* e *influencer*, que publican post bien en webs, blogs o redes sociales, como a aquellos profesionales que necesiten dotar de contenido las webs de promoción de sus productos o servicios, así como sus redes sociales asociadas. De manera genérica, a lo largo del libro usará la expresión “*blogger*” para dirigirse a todos ellos, en contraposición al concepto de “*periodista*”. Este es un texto que habla de comunicación social, y esta ha sido la especialidad de periodistas y medios de comunicación casi desde el mismo momento de la invención de la imprenta de Guttemberg. De ahí la oposición de un término con otro.

De periodista a blogger (y viceversa) es un manual basado en todo aquello que he aprendido a lo largo de mi vida profesional. En este libro que ha caído en tus manos resumo todo lo que he aprendido sobre comunicación social desde que comencé mis estudios de Periodismo en la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea en 1994. Desde entonces, el panorama de la comunicación ha dado varias

vueltas de campana. Los cimientos de aquel periodismo que yo trabajé y viví durante la primera mitad de mi vida llevan años tambaleándose.

Aún recuerdo mi primera clase en la universidad. La impartía el abogado y catedrático Pedro Ibarra Güell, uno de los mejores profesores que he tenido jamás y una de las personas más interesantes y buenas con las que he tenido el placer de coincidir en mi vida. Por timidez me senté a mitad de clase, aunque no detrás del todo para poder enterarme bien de todo lo que me iban a contar -en aquellos años éramos cerca de doscientos de alumnos por curso... la última fila no era la mejor opción-. Ibarra nos comentó que de toda esa multitud que tenía ante él solamente la mitad pasaríamos al siguiente curso, y de los pocos que terminaríamos la carrera trabajaríamos un porcentaje muy pequeño. Así que, si alguien no tenía claro que quería estudiar periodismo, era el momento de cambiar de carrera. También comentó, en su habitual tono dulce y jocoso que la que comenzábamos en aquel instante era una bonita carrera que nos daría, si no trabajo, al menos bastante cultura general.

Imagina el impacto que las palabras de este profesor, que fue abogado en el Proceso de Burgos¹, pueden tener en la mente

¹ El Proceso de Burgos, también conocido como el Juicio de Burgos o el Consejo de Guerra de Burgos, fue un juicio sumarísimo iniciado el 3 de diciembre de 1970 en la ciudad española de Burgos contra dieciséis miembros de la organización armada nacionalista vasca Euskadi Ta

de unos muchachos y muchachas de 18 años. En aquel momento, imagino que fruto de la espontaneidad y la inconsciencia que da la juventud, muchos se fueron del aula, con rostro divertido, como liberados de un castigo. Los que permanecemos seguimos con atención la clase de Ibarra, un profesor que, a pesar de que daba clase en primer curso, aparece en todas las orlas de Periodismo cinco años después. Y no es para menos. A Pedro Ibarra se le recuerda. Y se le agradece.

La profética sinceridad con la que Perico Ibarra nos habló sobre la profesión es de agradecer. Hace más de veinte años el porcentaje de periodistas en paro era ya elevado, y sin embargo las facultades públicas y privadas de Periodismo han proliferado como setas. Si ya había pocos periodistas parados... ¿por qué cada vez hay más facultades de Periodismo? Porque es una carrera atractiva. Son unos estudios que tienen su público entre la juventud. A mucha gente le apetece estudiarlo y paga por ello. Pero es evidente que en todas esas facultades nuevas faltan "Pericos". Nadie les advierte a esos muchachos y muchachas que sus universidades que son una fábrica de parados.

Askatasuna (ETA) acusados de los asesinatos de tres personas durante la dictadura del general Franco. Las movilizaciones populares y la presión internacional lograron que las condenas a muerte impuestas a seis de los encausados no llegaran a ser ejecutadas, siendo conmutadas por penas de reclusión. FUENTE: Wikipedia

En 1994 estudiar Periodismo era casi lo mismo que apuntarse a las listas del INEM. Y hoy no lo es menos. A la mencionada proliferación de facultades de Periodismo se suma el panorama económico de los grandes grupos de comunicación que da bastante lástima. El sector de la prensa ha sido el segundo, tras el de la construcción, en pérdida de puestos de trabajo tras la crisis de la segunda década del siglo XXI. Y a la crisis se añade el desarrollo de la comunicación online que ha pillado a los medios de comunicación con el pie cambiado. La que a mi juicio se ha adaptado mejor, como siempre, ha sido la radio, medio que ha demostrado flexibilidad y capacidad de adaptación a lo largo de la historia. Pero la prensa en papel no lo lleva tan bien.

A pesar de que todas las cabeceras de diarios en tienen su versión online, ésta ha venido impuesta por las circunstancias y su existencia se acepta a regañadientes. Por lo que he podido ver y oír, los diarios siguen pensando en papel, en lugar de pensar en digital. Y, sobre todo, no piensan en móvil, el soporte de lectura favorito en la actualidad. Tal y como explica Silvia Cobo, responsable de Redes Sociales en El Periódico de Catalunya, el 80% de su tráfico es móvil². La mayoría de los lectores que llegan a ellos a través de internet lee en su teléfono móvil. Y sospecho que cada vez son más los lectores que llegan al diario más vía web que vía papel.

² Datos de 2017

Aunque la evidencia estalla en la cara y nos dice a gritos que la mayoría de la gente accede a los contenidos informativos de los medios a través de internet, los medios de comunicación y la prensa escrita en particular sigue pensando en analógico. Las cabeceras escriben y componen para el papel, sus fotografías se ven bien en papel y en la pantalla de un ordenador... pero todo eso no sirve para las escasas pulgadas de los smartphones.

Una de las consecuencias de esta cerrazón es que las iniciativas individuales les han comido el terreno a los grandes grupos. Y por iniciativas individuales me refiero a los blogs. De pronto, el acceso a la audiencia se ha democratizado y ahora los individuos no necesitan de los medios de comunicación para tener voz. Si una persona o agrupación quiere visibilizarse, lo hace a través de blogs y redes sociales. De nuevo, esto pilla a los medios clásicos con el pie cambiado. Si cada cual tiene una herramienta propia para dar a conocer sus ideas y actividades... ¿de qué sirven los medios?

Los medios de comunicación sirven, y mucho. Solamente tienen que aprender a adaptarse a la realidad de la comunicación de hoy, cambiante y en constante evolución. Y porque lo creo eso escribo este libro. Mi corazón de periodista dolida con la realidad de los medios apuesta firmemente por el mantenimiento del saber que históricamente ha acumulado la prensa. En base a tiempo, ensayo y error, los medios de comunicación han implementado unas formas de trabajo que tienen por objeto el mantenimiento de la calidad informativa.

El mantenimiento de la verdad, con todo el componente subjetivo que conlleva.

El testigo de la comunicación lo han cogido los *bloggers*. Muchos de ellos son periodistas que, como yo, exploran nuevas formas de desarrollar su profesión y ganarse la vida. Otros, la mayoría, son individuos procedentes de otras profesiones que quieren ofrecer su punto de vista sobre los ámbitos que dominan o de los que son apasionados. A este último grupo va dirigido este libro. Blogueros y blogueras que de manera natural son capaces de atraer tanto o más público que muchos medios de comunicación, pero que no conocen los fundamentos de la profesión que ejerzo, amo y respeto: el periodismo.

A mi juicio, los fundamentos de esta profesión que practico son de gran utilidad para los blogueros de hoy. Les ofrecen lo mismo que me ha dado a mí: una estructura y una conciencia. Una estructura para distinguir una opinión de una información, para redactarla con calidad y con respeto por el hecho comunicativo que implica escribir un blog. Y una conciencia de la responsabilidad social que acarrea lanzar mensajes de manera pública y masiva. Cualquier información que se vierta públicamente tiene consecuencias personales, públicas y legales para muchos, así que hay que estar muy seguro de que lo que se cuenta es cierto y se transmite con claridad. Los malos entendidos hacen tanto daño como las mentiras.

En este libro os ofrezco una síntesis de todo lo que he aprendido durante mis últimos veinte años de trayectoria profesional. En este manual hago una selección de los aspectos académicos que pueden resultar de utilidad e interés al bloguero o bloguera de hoy, así como pinceladas de aspectos relativos a fotografía y diseño que he aprendí en mis años de maquetadora de diarios. Y también os cuento todo lo que he ido descubriendo en mi reciente faceta pseudobloguera.

De periodista a blogger (y viceversa) es por tanto una visión muy personal sobre la comunicación basada en mi experiencia individual. En este manual comienzo con una breve descripción de los géneros informativos, la comunicación social y las fuentes informativas, y continuo con la exposición de errores comunes de redacción y consejos para escribir sin miedo. Asimismo, he querido hacer especial hincapié en mi habilidad estrella, la capacidad de transmisión de emociones a través de un texto, en particular, de las entrevistas. Finalmente, en este libro doy consejos sobre aspectos de diseño, fotografía y posicionamiento web que me han resultado de especial utilidad a la hora de abordar el trabajo de mis páginas web, www.lavozdelascostureras.com y www.noemimartinezperez.com.

Y para terminar, quisiera confesarte que este libro es en realidad un curso de ocho horas que se me fue de las manos. Antes de que este texto saliera a la luz, conocí a Mercy Rojas, una bordadora que entrevisté para La Voz de las Costureras.

En el transcurso de la conversación que tuvimos para la realización de la entrevista hablamos de lo humano y lo divino, de periodismo y de nuestros proyectos personales y profesionales. Al terminar, la también periodista me animó a preparar un curso de redacción. Esta colombiana, además Filóloga de la Lengua Española, me retó a la realización de un curso en el que yo ayudara a otros a redactar como yo lo hago, a comunicar como yo sé hacer. A pesar de que me daba bastante miedo la idea de dar clase, acepté el reto agradecida por la confianza que Mercy había depositado en mí. Y ese temor inicial a no tener nada que enseñar se transformó en cientos de páginas que decidí transformar en mi personal manual de comunicación.

Cuando se practica un oficio no se suele reflexionar mucho sobre el mismo. El tiempo es el que es y te limitas a hacer tu trabajo como mejor sabes. Pero un reto como el que Mercy me lanzó me sirvió para reencontrarme con la profesión, con mis recuerdos y mis aprendizajes, almacenados todos ellos en lo más profundo de mi mente. Me ha permitido parar un momento a tomar aire, a pesar sobre el pasado, presente y futuro del periodismo... ha sido una experiencia muy gratificante.

Espero que este manual que te propongo te sirva de utilidad en tu trabajo como bloguero o bloguera, o al menos, te ayude a tener una conciencia de la responsabilidad que tienes en tus manos cada vez que escribes un texto y pulsas la tecla PUBLICAR.

El por qué y el para qué de este manual

Los intermediarios ya no son necesarios en la difusión de mensajes. La aparición de blogs, páginas web y las redes sociales han eliminado la necesidad de mediadores en la comunicación. Hasta la fecha el único medio que un ciudadano o colectividad tenían para difundir una información eran medios de comunicación y editoriales. Estas empresas ejercían de mediadores y de filtro, puesto que seleccionaban aquellos temas que merecían ser expuestos a la opinión pública según sus criterios.

Sin embargo, la simplificación de la autoedición de libros mediante plataformas como Amazon, Bubok o Nook Press, así como la aparición de blogs y redes sociales, han suprimido necesidad de intermediarios y permiten a cualquiera que tenga algo que contar publicar sus propias noticias, novelas o manuales. Todo el que desea tener un altavoz público, lo puede tener.

El blog es la quintaesencia de esta individualización del mensaje. La posibilidad de mantener abierta una bitácora propia a coste cero -o a coste asumible- posibilita un aumento de la diversidad y libertad informativa. Un panorama sin parangón en la historia de la humanidad. Sin embargo, esa libertad tiene un precio: ¿cómo saber qué blogs son rigurosos

y cuáles no? ¿Cómo saber si la información vertida por un individuo en su blog es cierta?

Hasta la fecha, y desde que surgió el periodismo moderno, la figura del periodista se erigió como uno de los principales garantes del rigor informativo. La implementación en la profesión de una serie de flujos de trabajo y comprobaciones servían para elaborar y ofrecer un producto de calidad a la audiencia. El producto más fiable con el que se puede contar considerando que se trata de la obra de la mente y la discrecionalidad humana. Con todas las reservas que cada cual pueda tener, la información que los medios de comunicación ofrecen es la más fiable que existe.

La profesión periodística pasa por una de sus peores épocas. En España, por ejemplo, trabajadores de medios de comunicación siguen a obreros de la construcción en pérdida de empleo tras la crisis económica mundial de finales de la primera década del siglo XXI. La crisis económica sumada a prácticas que desmerecen el buen nombre de la profesión han llevado a un creciente descrédito por parte de la población. Los medios de comunicación han dejado de ser fiables para muchos ciudadanos. La principal fuente de información fiable de la ciudadanía cae, pero los seres humanos necesitamos saber. Entonces aparecen los blogs y redes sociales, pequeños medios de comunicación llevados por individuos que ofrecen otro punto de vista sobre las informaciones relevantes para la sociedad. El trasvase de público es, por tanto, inevitable.

Por lo tanto, parece que blogs y redes sociales sean la muerte de la figura del periodista. Y puede que ese final sea inevitable, y en cierto modo, merecido para una parte de la profesión. Sin embargo, a mi juicio, hoy en día es una profesión más que necesaria que nunca. El periodismo proporciona las herramientas que permiten a la opinión pública **una toma fundamentada de decisiones**. Desde a qué partido político votará en las próximas elecciones hasta qué productos de consumo se acercan al estándar ético y de calidad de cada cual. El trabajo del periodista, tan denostado en ocasiones, sigue siendo fundamental:

- Como filtro de informaciones falsas.
- Como profesional formado en el respeto al mensaje que emite y a las normas básicas de estilo.
- Como «captador» de historias interesantes que otros no ven por falta de un «ojo entrenado»
- Como selector de informaciones en un mundo plagado de datos que enturbian el mensaje.

La proliferación de datos por diversos canales digitales, como pueden ser las redes sociales, provoca **intoxicación informativa**, atontamiento informativo. Los medios de comunicación se han ganado en más de una ocasión la desconfianza popular, pero siguen siendo los mejores garantes de la «verdad». Las reglas del trabajo periodístico ayudan a los profesionales a detectar, al menos, las mentiras

y las informaciones maliciosas, puesto que la «verdad» es un bien subjetivo y un tanto elevado, bastante complicado de alcanzar. Entre otras cosas, porque la «verdad» depende de:

-Condicionantes culturales.

-La percepción subjetiva individual.

-La porción de esa «verdad» que ha visto cada individuo.

-La conclusión del poema de Ramón Campoamor: *«en este mundo traidor / nada es verdad ni mentira / todo es según el color / del cristal con que se mira»*

Con este manual que he elaborado quiero apuntar una serie de *tips* de trabajo y redacción periodística para que serán de utilidad para blogueros y blogueras de hoy. Este es un manual mediante el cual trato de ayudar a los *bloggers* a entender el periodismo, una profesión fundamental que, a mi juicio, es extremadamente necesaria en el maremágnum de datos que vuelan y tropiezan en el contexto digital actual. Me fascina esta libertad maravillosa que ofrece internet, blogs y redes sociales. Resulta muy interesante la democratización del acceso a los medios de difusión de información. Pero también me parece extremadamente peligroso que estas potentes herramientas caigan en manos poco entrenadas. La difusión de información y opinión acarrea una enorme responsabilidad. El periodismo es una carrera universitaria, entre otras cosas, porque lleva tiempo aprender a asumir y

gestionar esa responsabilidad. El aprendizaje de la profesión requiere de vastos conocimientos transversales a muchas otras disciplinas: derecho, sociología, lingüística, ética, política... Un periodista es un maravilloso «aprendiz de todo y maestro de nada» que debe tener la capacidad de entender prácticamente cualquier tema que se le ponga por delante. Y debe ser rápido en la comprensión, en el lanzamiento de la pregunta oportuna y en la manipulación (en el mejor de los sentidos) de los datos para ofrecer un producto final, la información, de impecable calidad y comprensible para todos.

La **comunicación social** conlleva una **enorme responsabilidad**. El esquema de esta actividad se mantiene, aunque los emisores -antes medios de comunicación y ahora blogueros- hayan cambiado. Para que haya comunicación hace falta una intención de comunicar, la elaboración de un mensaje mediante un código compartido -el lenguaje, en el caso de los seres humanos-, la decodificación de dicho mensaje por el receptor -el público o audiencia en el caso de la comunicación pública- y la interpretación del mensaje por parte de dicho receptor. Una estructura aparentemente sencilla que implica cuestiones trascendentes que se escapan a muchos debido a la velocidad a la que se difunden los mensajes en la actualidad. Y una de las más importantes viene dada por el final del proceso: la interpretación. Para que los receptores de los mensajes lanzados en blogs y páginas web interpreten el mensaje correctamente, la elaboración del mismo debe seguir una serie de pautas y procesos. Como decía anteriormente, si

el periodismo es una carrera universitaria, es por algo. La elaboración de información no es un mero ejercicio de interposición de palabras. Es un trabajo bello pero extremadamente complicado por las consecuencias nefastas que un mal ejercicio del mismo pueden comportar.

Un mal ejercicio de la profesión comunicadora puede arruinar reputaciones, destrozarse proyectos, promover guerras... William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer en la Guerra de Cuba son ejemplo de ello. Más adelante en el manual daré cuenta de la popular historia de esos hechos. Un buen ejercicio de la profesión lleva ante los tribunales a los corruptos, desenmascara charlatanes, da voz a los que no pueden tenerla ni en el panorama digital actual.

La comunicación social es una bella disciplina. Propongo que periodistas y legos, profesionales y bloggers iniciados, seamos aliados y aprendamos los unos de los otros. Unos de la profesionalidad adquirida tras décadas de ensayo y error; otros de la frescura y la capacidad para conectar con el público de hoy. Ambos compartimos el amor por la comunicación. Hagamos de ello algo de lo que nos podamos sentir orgullosos.

Y mientras todo esto sucede, imploro a todo aquel que publique lo que sea a través de webs, blogs o redes sociales, unas **cuestiones básicas y fundamentales**:

-Nunca compartas contenido que no haya sido contrastado con una fuente oficial o un medio de

comunicación. **NO SEAS VEHÍCULO TRANSMISOR DE BULOS.**

-Si tomas una fotografía o una infografía para ilustrar un texto, comprueba que es de uso libre y **SIEMPRE**, cita la autoría. Hay multitud de bancos de imagen libres en internet.

-Tu libertad de expresión tiene un límite marcado claramente por la Constitución Española: en el respeto a los derechos fundamentales establecidos en la Constitución, en los preceptos de las leyes que lo desarrollan y, especialmente, en el derecho al **honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia**. La imagen de los menores está especialmente protegida y cada día se publican fotografías personales en redes sociales sin ningún control. Cuidado con lo que se publica, aunque parezca inofensivo, puede ser que se incurra en un delito, o que demos sin querer una información personal que pueda ser utilizada para la comisión de un delito.