

Ejercicios prácticos

1. Recursos multimedia en los cibermedios: vídeos

El objetivo de este ejercicio es analizar la presencia de recursos periodísticos multimedia en la prensa digital y determinar sus características principales. Se trata de un análisis fundamentalmente cuantitativo. Para ello se seleccionará una muestra representativa de los cinco principales diarios digitales españoles (*Elpais.com*, *Elmundo.es*, *Abc.es*, *Larazon.es* y *Lavanguardia.com*), sobre los que se cuantificarán el uso de los contenidos multimedia en su página de inicio, en función de los parámetros recogidos en la ficha anexa nombrada **Ficha práctica 1** (Ficha para el análisis de vídeos). Estos parámetros se relacionan específicamente con los recursos multimedia de finalidad informativa, descartándose para el análisis los vídeos publicitarios, los tráiler de películas o cualquier otra pieza sin carácter informativo. Estos parámetros hacen referencia a los recursos empleados y analizan su: ubicación, función, autoría, grado de elaboración, género, sección/secciones a las que se vincula, duración, etc. La observación se desarrollará durante una semana, en dos momentos distintos del día (por ejemplo, a las 9.00 horas y a las 19.00 horas), lo que servirá también para determinar si existe algún tipo de evolución a lo largo de la jornada.

2. SEO para periodistas

Lee detenidamente el siguiente caso práctico de SEO en Periodismo sobre la muerte de Margaret Thatcher. Después, trata de mejorar la efectividad de los titulares propuestos para que sean buenos títulos 2.0 para SEO y Social Media a partir del ejercicio propuesto.

URL de la lectura recomendada:

<http://www.congroseoprofesional.com/2013/04/09/periodismo-y-seo-caso-practico/>

Ejercicio propuesto: mejorar la efectividad de los tres titulares propuestos para que sean buenos títulos 2.0 para SEO y Social Media.

- Titular 1: Dación en pago
- Titular 2: “Tethering: del ordenador al móvil”
- Titular 3: Testamento ológrafo

Ejemplo 1: Para un texto sobre *Community Managers*

— Título sin aplicar estrategia SEO:

“Medir y monitorizar todo: vivir encadenados a nuestras herramientas o no enterarse de lo que está pasando” (MAL) [* No se entiende sacado de su contexto; no incluye términos clave que puedan servir para posicionar. Además, es demasiado largo]

— Título con SEO:

“Community managers y herramientas SMO: ¿monitorizas o fracasas?” (MEJOR) [* Es mejor porque incluimos palabras clave que además sitúan al lector sobre el tema que estamos tratando y nos mantenemos en una longitud óptima]

Ejemplo 2: Para un artículo sobre medioambiente

— Título sin aplicar estrategia SEO:

“Recoger setas de forma ecológica” (MAL) [* Su longitud es buena, pero “de forma ecológica” no se entiende bien. Los usuarios no buscan ese término en los buscadores].

— Título con SEO:

“Cinco consejos para recoger setas sin dañarlas” (MEJOR)

“Recoger setas sin dañarlas, cinco consejos” (MEJOR) [* Tiene sentido por sí solo. Extensión óptima. Contiene buenas palabras clave que la gente busca más. “Sin dañarlas” es más SEO que “de forma ecológica”. Además, titular con números es un buen SEO, “te lo contamos en 8 pasos”, “10 consejos para....”]

3. Prácticas de redacción

Se recomienda al alumno/a crear un blog *con* secciones (Blogger, Wordpress, etc.) para poder trasladar las prácticas de redacción online exigidas

Ejemplos:

<http://recupv.blogspot.com.es>

<http://newred00.blogspot.com.es/>

3.1. Elaboración de noticias hipermedia de ámbito local-regional

Temática libre (sucesos, economía, deportes, política, cultura, sociedad, etc.)

Emplear al menos 3 fuentes propias sobre el tema. Citar siempre la fuente.

Estructura de la información:

Titular + Subtítulo + Entrada + Cuerpo de la información con enlaces incrustados + Enlaces relacionados: 4-5 (al menos, tres de los enlaces deben conducir a contenido multimediático de elaboración propia: vídeo, audio y galería fotográfica). El contenido de dichos materiales es libre (resumen, declaraciones, entrevistas, etc.)

A valorar: adecuación del estilo del titular y el subtítulo, técnica redaccional entrada y cuerpo, corrección ortográfica y gramatical, adecuación de enlaces, tipo de material enlazado, material multimediático propio, etc.

Ejemplos:

<http://newsandmore16c.blogspot.com.es/p/noticia-hipermedia.html>

<http://bambinewscorporation.blogspot.com.es/p/noticia-hipermedia.html>

<http://newred00.blogspot.com.es/p/practica-4.html>

3.2. Elaboración de una web especial temática (reportaje hipermedia)

Temática: libre

Objetivo: realizar un sitio web que tendrá funciones informativas, siguiendo el estilo de un reportaje hipermedia. Para producir este sitio web especial nos serviremos de la plataforma Wix.com o similar. El tema deberá ser adecuado para ser tratado mediante el género del reportaje en sus modalidades habituales: reportaje en profundidad, *dossiers*, reportajes especiales, etc. El contenido del reportaje debe estar organizado en secciones y subsecciones.

A valorar: interés del tema, tratamiento en profundidad, tipo y número de fuentes, estilo de titulación y técnica redaccional, corrección ortográfica y gramatical, adecuación de enlaces, tipo de material enlazado, material multimediático propio, etc.

Ejemplos en los cibermedios:

<http://www.elmundo.es/especiales>

<http://elpais.com/especiales/premios-goya/>

<http://elpais.com/especiales/2013/desahucios/>

Ejemplos realizados por alumnos UPV/EHU:

<http://newsandmorenm.wix.com/reportajeespecial>

<http://bambinewscorporation.wix.com/bambinewscorporation>

<http://theeyeopener4.wix.com/theeyeopener-aikido>

3.3. Elaboración de una crónica online mediante la herramienta Storify

<http://storify.com>

Temática: libre

La web de *Storify* permite construir piezas con un estilo similar al de la crónica periodística a partir de una recopilación de diversos recursos Web 2.0 como tweets, comentarios en otras redes sociales, materiales multimedia diversos (por ejemplo, vídeos de Youtube) o enlaces a otras informaciones (resultados de Google, etc.). El autor/a del Storify debe seleccionar y filtrar aquellos fragmentos de información más adecuados para acompañar su propio texto o narración, que quedará así articulada con los contenidos Web 2.0 que existan sobre la temática de la crónica.

Lectura recomendada: "Guía Storify para periodistas" en <http://goo.gl/2NrThb>

Ejemplos:

<https://storify.com/260194/manifestaciones-en-egipto>

<https://storify.com/Newred00Maria/escandalo-en-deusto>

<https://storify.com/nuriiti/el-mas-merecido-o-el-mas-aclamado>