

# Guía General Herramientas y Pautas Google para Periodistas



Google™



Guía General Herramientas y Pautas Google para Periodistas

Buscar con Google

Voy a tener suerte



4

**Organización de la  
'oficina virtual' del periodista**

27

**Investigación**

40

**Reportería**

59

**Redacción y producción de contenido**

71

**Publicación de contenidos**

# Organización de la **‘oficina virtual’ del periodista**

Google™

- Monitoree solo la información y los medios que le interesan
- Organice sus fuentes
- Organice y personalice su escritorio
- Acceda a su información desde cualquier lugar



**P**eriódicos y revistas que se leen en todos los idiomas, emisoras que se oyen en cualquier rincón del planeta, canales de televisión cuyos programas se pueden detener o reanudar en cualquier momento y medios que solo existen en línea. Internet ha originado un nuevo periodismo en el mundo y, de paso, un nuevo periodista.

Gracias a la Red, los periodistas tienen hoy más información a su alcance, pueden acceder a una gran variedad de fuentes y presentar sus notas en los formatos que quieran. Este nuevo panorama les permite cumplir mejor con su misión y les facilita enormemente su labor.

Sin embargo, organizarse en este entorno digital y dominar cada una de las herramientas con las que Internet puede llegar a impactar labores como la del periodismo, siempre será un desafío. Y es que los afanes que acompañan constantemente el diario vivir de los periodistas los dejan sin el tiempo suficiente para organizar periódicamente las notas de entrevistas, los datos que recogen en ruedas de prensa y eventos, los informes y documentos que les envían las fuentes, los artículos que guardan con la esperanza de leer en algún momento, uno que otro libro, audios, fotos, videos, números telefónicos y correos electrónicos de sus fuentes.

Acceder a toda esta información de manera organizada y en el momento oportuno no siempre resulta fácil. No obstante, herramientas disponibles en línea facilitan notablemente su acceso y su organización.

Si los periodistas las aprovechan, no habrá consejos de redacción a los que lleguen sin temas interesantes, no tendrán que guardar periódicos y revistas para ver qué pueden extraer de ellos, no tendrán que preguntarles a sus colegas o amigos qué fuente pueden consultar para un determinado tema, y su editor se quedará sin argumentos para decirles que a su contenido le faltan cifras o que escasean las fuentes.

Si algo de esto le ha ocurrido en el último tiempo, esta guía le ayudará a descubrir y a sacarles provecho a algunas de las herramientas con las que Google puede ayudarle en su día a día y en el ejercicio mismo de la profesión.



## MONITOREE EN LA WEB SOLO LO QUE LE INTERESA

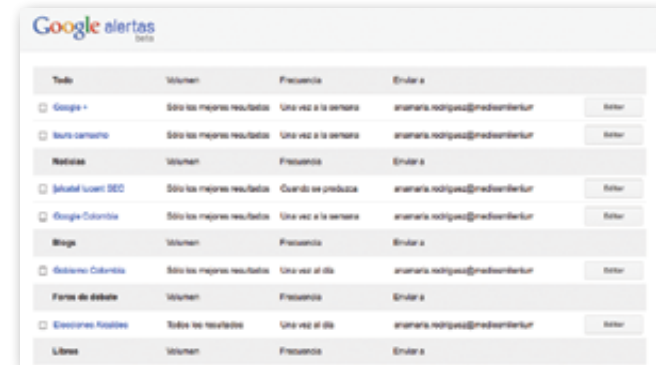
El tamaño actual de Internet es incalculable. A comienzos del 2011 Kevin Kelly, el fundador de la revista Wired, estimó en uno de sus escritos que podía haber un billón de sitios web en el mundo; empresas como Technorati calculan que hay más de 150 millones de blogs; Google reporta que cada minuto se suben 48 horas de video a YouTube, y a diario los medios de comunicación del mundo renuevan gran parte de la información que publican en la Web.

Con este creciente flujo de información siempre existe el riesgo de naufragar, de sufrir de ‘infoxicación’ o de no encontrar la información que más se necesita en el momento justo. Pero a pesar de que perderse en Internet es muy fácil, un periodista puede estar tranquilo en la actualidad: Google es su gran aliado en la carrera contra el reloj que tiene a diario, facilitándole el monitorear las noticias, los medios de comunicación y las fuentes de información rápida y eficazmente.

- **Configure Google Alertas según sus temas de interés.** Muchos periodistas encargados de una fuente o de un área de cobertura especializada realizan búsquedas recurrentes. A diario, monitorean la Web buscando en Google para encontrar novedades sobre diversos temas. Si usted es uno de ellos, Google Alertas (<http://www.google.com.co/alerts>) le ahorrará este esfuerzo, al llevar a su correo electrónico o su lector de RSS los resultados de búsquedas automatizadas.

Una pauta clave para que Google Alertas sea verdaderamente útil consiste en que no sea muy general ni muy específico en los términos de búsqueda, pues en el primer caso le llegarían muchos mensajes de correo, y en el segundo, podría perderse de información útil. Configure cada alerta pensando en esto, y si los resultados iniciales no son satisfactorios, haga ajustes a los términos de búsqueda.

- Según la información que busca, configure la herramienta para que las alertas le lleguen cada semana, cada día o incluso tan pronto Google encuentre un nuevo resultado en su índice.
- Usted puede crear, editar o eliminar alertas en cualquier momento. Suponga que usted tiene que cubrir la entrega de los premios Grammy para un medio en línea, y debe publicar información con frecuencia. En lugar de buscar constantemente ‘premios Grammy’, ‘Grammy awards’ y ‘nominados Grammy’ para ver qué se ha publicado en los medios, cree tres alertas con estas búsquedas.
- Ponga a que Google sea el que busque en toda la Web, escoja el tipo ‘Noticias’, y seleccione la frecuencia ‘Cuando se produzca’. Así, recibirá un mensaje cada vez que un medio publique algún contenido relacionado. Y tan pronto termine su cobertura, podrá eliminar esas alertas.



### • Contenido relevante de sitios relevantes con Google Reader.

Supongamos que usted ya ha identificado 20 sitios web que publiquen información útil y relevante para su trabajo, y ya creó el hábito de consultarlos tan pronto empieza su labor diaria. ¿Cuánto tiempo le llevaría ingresar a cada uno de esos 20 sitios, abrir nuevas pestañas con los contenidos interesantes de cada uno, y copiar o almacenar lo que pueda servirle?

Ahora, imagine que en una sola pantalla del computador o de un dispositivo móvil puede tener todos los contenidos no solo de esos 20 sitios, sino de 200 o de 2.000, y lo que es más útil puede seleccionarlo y organizarlo con un solo clic. Eso es lo que hace un lector de feeds RSS como Google Reader ([www.google.com.co/reader](http://www.google.com.co/reader)):

- Le permite suscribirse a cuantos sitios web quiera
- Acceder a toda la información en una única pantalla
- Marcar con un clic los contenidos favoritos
- Compartir la información con otras personas

#### TIP:

La configuración inicial de Google Reader es muy sencilla: solamente debe ingresar, en la casilla 'Añadir una suscripción', las direcciones de los sitios que usted quiere seguir. Si son muchos sitios, puede organizarlos en carpetas según temáticas, idiomas o cualquier parámetro de su gusto.



### • Personalice sus noticias y siga un tema con Google Noticias.

Este servicio en línea permite estar al tanto de la actualidad, estar al día en lo que los medios nacionales e internacionales publican acerca de un hecho noticioso, y monitorear a la competencia. Google Noticias [www.google.com/news](http://www.google.com/news), ofrece un panorama preciso de la actualidad y de las publicaciones realizadas por los medios de comunicación (en español, hay más de 800).

#### TIP PARA GOOGLE NEWS:

- Obtenga múltiples ángulos sobre el tema que esté cubriendo
- Personalice noticias para obtener sólo las historias que quiere
- Siga la cobertura de los otros medios competidores y las noticias locales



Usted puede seleccionar el país del que quiere estar informado, de tal manera que los resultados correspondan a noticias de interés para sus habitantes, y que provenga de medios de comunicación locales o en su mismo idioma. Además, puede hacer búsquedas sobre un suceso en especial, o puede navegar en el menú de categorías (internacional, economía, deportes, tecnología, espectáculos, salud, etc.).

Si encuentra útil esta herramienta, puede ir más allá y configurar la página principal a su gusto, de tal manera que en ella encuentre una especie de periódico personalizado, con secciones creadas por usted y la distribución que desee para distintas secciones.



Además de servir para informarse sobre la actualidad, Google Noticias le permite encontrar información de contexto. Al ofrecer en un mismo lugar los titulares de distintos medios de comunicación, sin preferencias de orientación política, influencia o tamaño, usted podrá obtener información contrastada sobre un mismo tema.



## ORGANICE SUS FUENTES

Una de las principales contribuciones que Internet hace al ejercicio periodístico es el acceso global e inmediato a las fuentes. Puede estar haciendo un artículo de los últimos casos de sarampión detectados en una zona de su país y para ello cuenta con la posibilidad de entrevistar a ininidad de investigadores en países desarrollados que hayan estudiado el tema, hay expertos locales que le pueden hablar de si se está ante un renacer del brote y puede consultar autoridades en países africanos que hayan logrado erradicar totalmente esta enfermedad. Hoy las fuentes no caben en una pequeña agenda telefónica como la que cargaban los famosos periodistas del Watergate Carl Bernstein y Bob Woodward.

Pero de nada vale el poder acceder a cientos o miles de fuentes, si cuando más las necesita no sabe a quién puede consultar o cómo lo puede hacer. Una clase de manejo de fuentes en cualquier facultad de periodismo hoy en día debería partir por organizar o administrar las fuentes en Internet de la siguiente manera:



• **No olvide configurar Google Reader.** Ya recomendamos esta herramienta para monitorear y estar al tanto de la actualidad o de lo que publican en general los medios, pero también le será muy útil para seguir de cerca los blogs o las actividades en redes sociales y otros sitios de sus fuentes de información.

• **Busque fuentes y su información de contacto.** El buscador de Google da respuestas a los requerimientos que tenga al hacer una búsqueda, y en el caso de ubicar nuevas fuentes de información también puede resolver sus necesidades. Por ejemplo, al preparar la nota sobre el sarampión puede buscar quién es experto en el tema, con búsquedas como 'expertos sarampion', 'especialista en sarampion', 'experto en sarampion' y 'measles experts'.

#### TIP:

• Suponga que en su búsqueda de fuentes ha encontrado una buena fuente potencial para su informe: un médico radicado en Atlanta llamado William Bellini. Tras nuevas búsquedas ('william bellini measles', 'william bellini hospital'...), descubre que trabaja en una entidad pública llamada Centers for Disease Control and Prevention.

¿Cómo contactarlo? Podría visitar el sitio web ([www.cdc.gov](http://www.cdc.gov)) y encontrar su número telefónico, pero tal vez usted prefiera solamente enviarle un par de preguntas por correo, y su dirección no está en el sitio web. En pocos segundos, con la búsqueda '[william bellini @cdc.gov](mailto:wjb2@cdc.gov)', sabrá que su dirección es [wjb2@cdc.gov](mailto:wjb2@cdc.gov).



• **Maneje favoritos.** Una manera tradicional, y aún efectiva, de organizar los sitios web que le pueden servir como fuente consiste en marcarlos como Favoritos (Bookmarks) en Google Chrome u otro navegador. Sin embargo, si ya es un usuario de Google Reader encontrará que ya no necesita hacerlo, o puede dar un uso específico solo para cierta clase de sitios.

• **Comparta la lista de fuentes.** En una sala de redacción cualquiera, los periodistas suelen estar divididos por temas y por fuentes, pero ¿qué pasa si el redactor que cubre el Ministerio de Defensa sale a vacaciones y el editor le asigna la tarea de entrevistar a un alto oficial a uno que cubre política? Crear una lista de fuentes en una hoja de cálculo con Google Docs (Spreadsheets) y compartirla con toda la redacción a través de Docs no solo permitirá que se amplíe el acceso a esa base de datos, sino que también facilitará segmentarla y organizarla según fuentes de interés, y permitirá que entre todos los periodistas la mantengan actualizada.

• **Mantenga las fuentes en un círculo.** Las redes sociales mantienen a las personas conectadas, y un periodista puede aprovechar esta utilidad para tener a sus fuentes debidamente clasificadas y a su alcance. En Google+ puede manejar círculos segmentados con fuentes, lo que le permite, por ejemplo, elaborar un cuestionario general y enviarlo al mismo tiempo a varias personas que quiera consultar, algo que anteriormente demandaba mucho más tiempo al tener que incluir varias direcciones para el envío de un correo y años más atrás hacer varias llamadas en largas y a veces improductivas jornadas de trabajo. (Vea más detalles en la guía de Google+ para periodistas).



## ORGANICE Y PERSONALICE SU ESCRITORIO

Si bien el uso adecuado de herramientas, como las mencionadas anteriormente, ahorra tiempo y genera eficiencias en la labor periodística, no faltará el comunicador que se sienta agobiado al tener que usar correo, consolidar alertas, hacer búsquedas inteligentes, suscribirse y organizar feeds RSS, hacer presencia en redes sociales y manejar extensiones en su navegador. ¿Cuánto tiempo tendrá que dedicar a cada uno? No tanto como parece.

• **Todo en una sola pantalla.** iGoogle es una página en la que están agrupadas varias de las aplicaciones o herramientas mencionadas anteriormente —y muchas más—. Este servicio permite ver en una sola pantalla los últimos correos recibidos, las principales actualizaciones de Google Noticias, videos de su interés publicados en YouTube, además de conectarse al chat e incluso manejar su agenda con Google Calendar.

Un periodista puede configurar la página de acuerdo a sus intereses o puede agregar gadgets (como Latitude, o tener el estado del tiempo siempre actualizado).

### TIP:

• Poner iGoogle como la página de inicio le puede ayudar a ver todo este panorama en solo segundos, y podrá ahorrar aún más de su valioso tiempo.



<http://www.google.com/co/ig>



• **El navegador más rápido.** Google Chrome tiene una larga lista de funciones y opciones que brindan al usuario una experiencia única. Con Chrome, las tareas como realizar búsquedas, chatear, enviar mensajes de correo, comprar en línea, leer noticias, ver videos en línea, son mucho más intuitivas, rápidas y seguras.



Chrome está diseñado para ser rápido de todas las formas posibles: se inicia rápidamente desde el escritorio, carga las páginas web de forma instantánea y ejecuta aplicaciones web complejas a gran velocidad.

Los usuarios pueden ingresar direcciones web y hacer búsquedas a la vez en una misma caja de texto, organizar pestañas para navegar en muchos sitios a la vez sin confusiones, crear listados de sitios favoritos, integrar extensiones y aplicaciones que enriquecen la experiencia, y navegar en modo incógnito para proteger la seguridad y privacidad, entre otros.

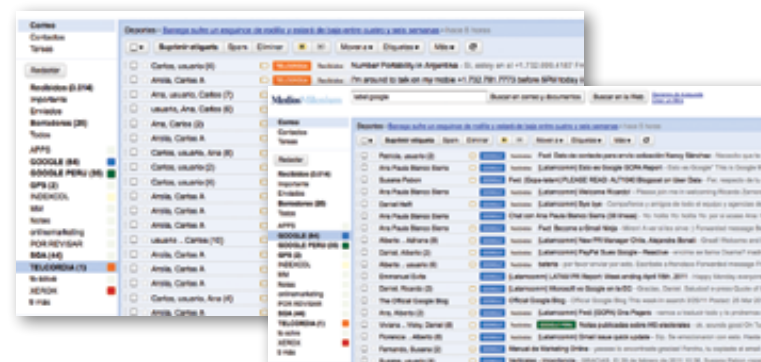
Además, Chrome ofrece una mayor seguridad en la Web con protección integrada contra suplantación de identidad y software malintencionado, actualizaciones automáticas que garantizan que el navegador dispone de las actualizaciones de seguridad más recientes, etc.

• **Correos etiquetados.** Si el escritorio de un periodista vive lleno, el correo lo estará mucho más. Etiquetar los correos por categorías le ayudará a tener la información organizada y centralizada y facilitará la programación de sus tareas.

Puede, por ejemplo, crear una etiqueta para los mensajes que intercambia con las fuentes, otra en la que están las tareas asignadas por su jefe, una más para las alertas que le llegan y cuyos contenidos ameritan ser guardados, y otra más con los comunicados de prensa. También puede organizarlos por temas, por fuentes o por relevancia. Lo importante es que clasificar y filtrar los mensajes le facilitará acceder a la información de su correo de manera organizada cuando lo requiera.

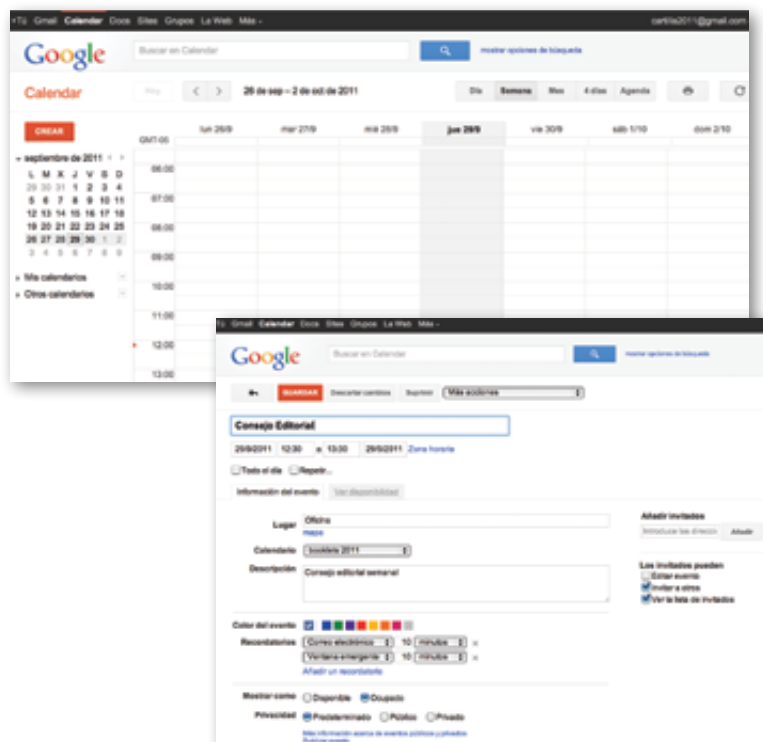
#### TIPS:

- Después de crear las etiquetas en su correo de Gmail o de Google Apps, puede seleccionar cada mensaje y asignarle una o varias etiquetas. El proceso no tiene que ser manual: puede automatizarlo usando filtros.
- Tome un mensaje con algún aspecto en común con los que quiere filtrar (por ejemplo, todos los que lleguen de una cuenta de correo en especial, o los que tengan una palabra en su asunto, como 'comunicado' o 'boletín').
- Ahora, en Gmail, vaya al botón 'Más' y seleccione la opción 'Filtrar mensajes como este'. Configúrelo y asigne una tarea automática, que puede ser aplicarle una etiqueta, o también archivar, marcar como leído, destacarlo con una estrella, reenviarlo a otra persona o borrarlo, entre otras.

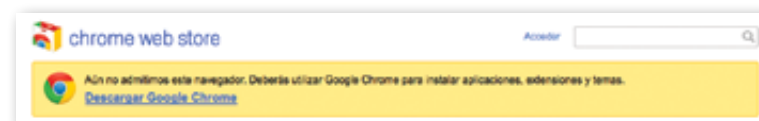


• **Programación de tareas con Google Calendar.** La agenda de un periodista, sobre todo en algunos tipos de medios y áreas de actualidad, es muy apretada y suele ser difícil de controlar. Además de que tiene que programar entrevistas, eventos o coberturas, consejos de redacción y tiempos para generar sus contenidos, los periodistas necesitan constantemente el apoyo de sus colegas, así como de fotógrafos, camarógrafos, editores de video o audio o infógrafos para complementar sus informes.

¿Cómo manejar su agenda y coordinarla con todos ellos? Con Google Calendar puede organizar su día a día, y si sus compañeros también usan la herramienta (o el medio usa Google Apps), pueden manejar calendarios compartidos entre toda la redacción o grupos de trabajo, por lo que podrán estar mejor coordinados.

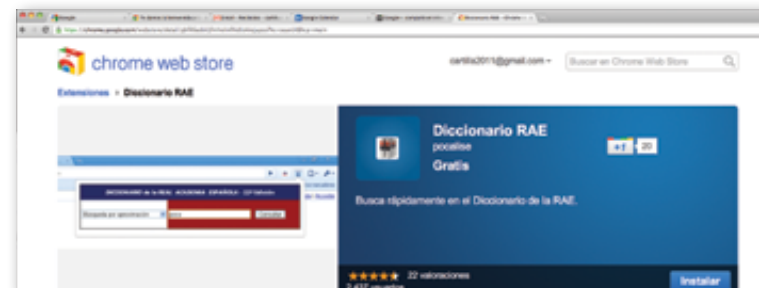


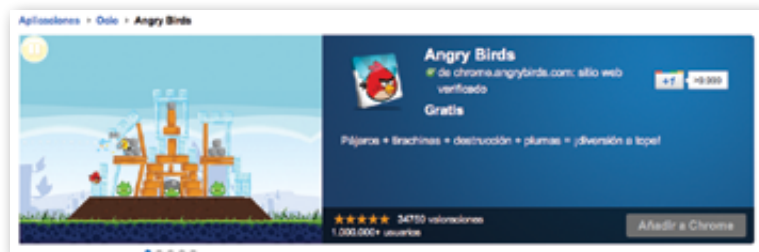
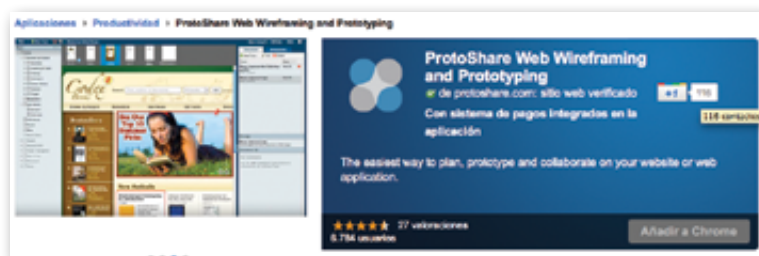
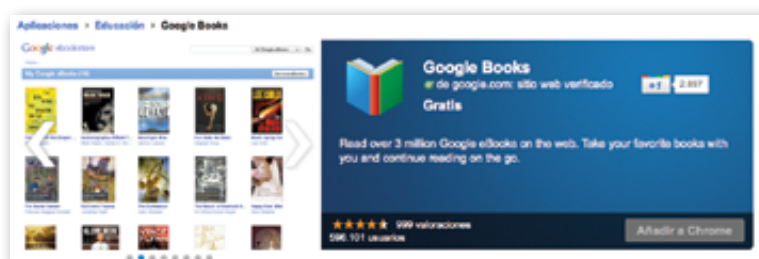
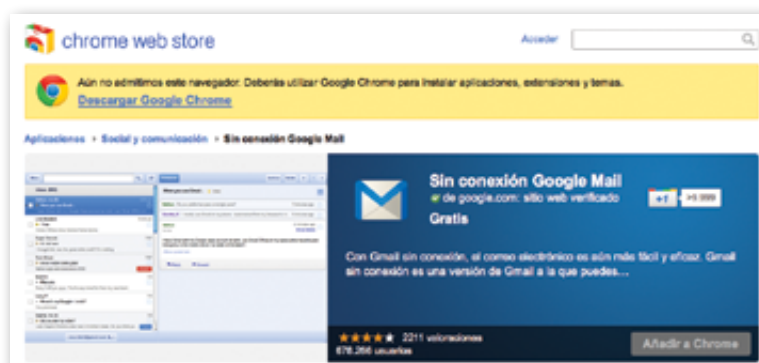
• **Extensiones de Google Chrome.** El navegador web no solo es la puerta de entrada para millones de sitios, sino también para decenas de aplicaciones que pueden resultar de gran utilidad. Google Chrome cuenta con extensiones que se le pueden instalar y que hacen que algunas tareas puntuales del periodista sean más fáciles o eficientes.



Vaya a la Chrome Web Store ([chrome.google.com/webstore](http://chrome.google.com/webstore)) y busque extensiones y aplicaciones para los sitios web de su interés, para tareas puntuales o por su nombre. Si llega por primera vez, navegue en el menú de categorías, y después de ver lo que hacen y las opiniones de los usuarios, instálelas.

- **Extensiones para empezar.** Le sugerimos algunas que son útiles para su labor periodística: el diccionario de la Real Academia Española; un convertidor de documentos en formato PDF a Word; un corrector de gramática y ortografía en varios idiomas, como After the Deadline; una herramienta para hacer capturas de pantalla, como Screen Capture o Awesome Screenshot; extensiones para aumentar la productividad personal, como Chromedoro y Concéntrate; traductores como Google Translate y Social Translate, y una extensión que le permita compartir o guardar con pocos clics la información de la Web, como Shareaholic.





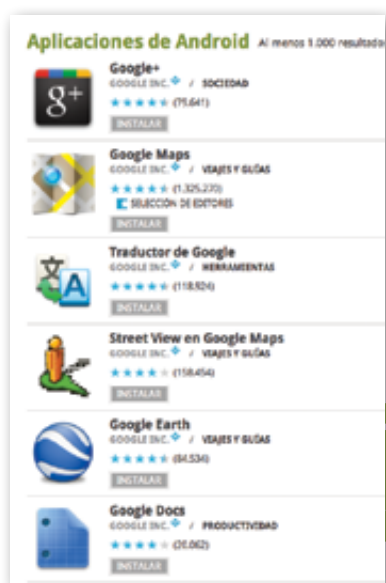
### ACCEDA A SU INFORMACIÓN DESDE CUALQUIER LUGAR

Uno de los principales beneficios que brindan Internet y los dispositivos de cómputo actuales es que permiten trabajar desde lugares diferentes a la redacción, con todas las comodidades y recursos que la persona pueda requerir. Un periodista puede estar en un viaje, quedarse en la casa haciendo teletrabajo o adelantar una nota en plena rueda de prensa sin tener que llevarse montones de archivos en una memoria USB o trastear el computador de la oficina a todas partes. Si tiene toda la información en línea, puede trabajar desde donde lo desee a través de otro PC, un portátil, un tablet o incluso un teléfono inteligente.

Android, el sistema operativo de Google para dispositivos móviles ha sido un gran éxito desde su lanzamiento en 2008. La mayoría de los teléfonos y tablets que funcionan con sistema operativo Android incluyen características llamativas como las de poder ver video en Flash, disponer de cámaras integradas de alta resolución, navegar por Internet a alta velocidad, utilizar servicios de geolocalización GPS, acceder a variados reproductores de música, y claro, disponer en todas partes de todas las herramientas de Google a través de sus versiones móviles.



• **Aplicaciones, la magia de su dispositivo móvil.** Su teléfono inteligente o tablet le resultará mucho más útil para su trabajo si instala aplicaciones que le permitan acceder a su información. Existen aplicaciones para los servicios de Google, incluidos Google Apps, Google Translate, el buscador Google y YouTube, entre otras. En las tiendas de aplicaciones, como el Android Market, también podrá buscar las versiones móviles de otras herramientas que use para su labor. (Vea más sobre aplicaciones móviles en el capítulo de reportería).



• **Google Apps.** Ya sea que su medio utilice la plataforma Google Apps, o que usted tenga una cuenta de Google, puede aprovechar las herramientas de productividad y colaboración de Google para tener su información siempre a la mano y ser un periodista móvil sin problemas.



Elaborar los contenidos o manejar sus documentos más importantes en Docs le permitirán al periodista acceder a toda la información cuando lo desee y desde donde lo requiera, así podrá terminar una nota, hacer el pie de foto que le faltaba o adelantar los cambios que su editor le indicó sin importar si está haciendo la fila en un banco, atiende una conferencia o cubre un evento; también le servirá de repositorio de todo su contenido importante, de tal manera que si algún día el disco duro del computador de su oficina llega a fallar, no tendrá mucho que lamentar, pues la información está a salvo.

También puede consultar o modificar su agenda personal o grupal con Google Calendar, manejar su correo de Gmail, y consultar o administrar su sitio web personal o la intranet de su medio con Google Sites, entre otras tareas.

# Investigación

Google™

- Encontrar información útil para el análisis.
- Investigar con YouTube
- Contextualizar



Saber investigar es uno de los aspectos que marcan la diferencia en la labor periodística. Internet es una plataforma enorme de información, y las herramientas que ofrece Google son muy útiles para un periodista de cualquier medio y especialización.

Hoy, un periodista no tiene que invertir mucho tiempo buscando información relevante en blogs, foros, redes sociales y los medios de comunicación más importantes del mundo, pues con unas pautas y algo de práctica puede obtener lo que necesita en pocos segundos.

## BUSCAR INTELIGENTEMENTE.

Para quienes trabajan con la información, como los periodistas, las exigencias a la hora de buscar son realmente altas. Por eso, usted no debería conformarse con ser un usuario ‘promedio’ de Google (haciendo referencia al buscador), sino que debería tratar de dominarlo para sacarle el máximo provecho.

- El buscador de Google ofrece contenidos que provienen de sitios web, blogs, videos, imágenes, contenidos cartográficos, libros, estudios y tesis, entre otras fuentes.
- Usted puede personalizar las búsquedas de acuerdo con sus necesidades. Por ejemplo, si un periodista está haciendo una nota sobre la industria del turismo en Perú, puede utilizar el panel izquierdo del buscador para delimitar la búsqueda según el tipo de sitios (toda la Web, noticias, blogs, imágenes, foros de debate, etc.), según la fecha de publicación (las últimas 24 horas, el último año, un período específico, etc.), entre otros aspectos.





El periodista puede hacer una búsqueda general en la caja de texto. Sin embargo, puede refinar su búsqueda utilizando las herramientas del panel lateral izquierdo.

Puede decidir buscar sólo resultados generales de contenidos, en español o en páginas extranjeras traducidas.

También puede buscar imágenes, según formatos o tipos de contenido: si necesita buscar imágenes específicas, puede delimitarlas para que aparezcan solo caras, fotografías, imágenes prediseñadas o dibujos.

Su búsqueda también puede delimitarse a videos o noticias que aparecen según relevancia y fecha de publicación.

Además puede refinar su búsqueda según fechas de publicación si, por ejemplo, quiere medir reacciones a un suceso reciente: última hora, últimas 24 horas, última semana, último mes, último año o buscar en un intervalo personalizado de tiempo.

#### TIP:

Otra buena forma de empezar a delimitar y optimizar sus resultados en el buscador de Google es bloquear los sitios que usted considere que no le van a ser útiles en ningún momento, por ejemplo sitios que sean sospechosos en cuanto a seguridad, que no tengan información de valor, que publiquen noticias falsas o intenten suplantar fuentes reconocidas.

[Michael Jackson - Wikipedia, the free encyclopedia](https://en.wikipedia.org/wiki/Michael_Jackson)  
[en.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Jackson](https://en.wikipedia.org/wiki/Michael_Jackson) - Traducir esta página -  
 Bloquear todos los resultados de en.wikipedia.org  
 Michael Joseph Jackson (August 29, 1958 – June 25, 2009) was an American ...

## ENCONTRAR INFORMACIÓN ÚTIL PARA EL ANÁLISIS

Las herramientas Google Insights for Search y Google Trends for Websites son muy útiles para quien quiere identificar tendencias de búsqueda en la Web.

• **Google Insights for Search:** es una de las joyas de Google para los periodistas. Los millones de búsquedas que los usuarios de Google realizan en todo el mundo permiten encontrar tendencias sobre el interés de la gente por diversos temas, sobre la popularidad de personajes, productos o lugares turísticos.

La herramienta permite buscar hasta cinco términos simultáneamente, y delimitar por países y regiones, por año, por tipo de contenido (toda la Web, imágenes, noticias o productos) y por temáticas (denominadas categorías en la herramienta).

Los resultados de cada ejercicio incluyen un gráfico que muestra los niveles de búsqueda de cada término durante el período seleccionado, y unas líneas que señalan la proporción de cada una de las búsquedas. Además, incluyen detalles sobre los países o regiones que buscan más los términos, un mapa que presenta gráficamente esta información, y listados con los términos de búsqueda relacionados más populares.



[www.google.com/insights/search](http://www.google.com/insights/search)

Además, Google Insights for Search permite investigar el interés de los usuarios por un solo término, y también la evolución de ciertas búsquedas en distintos intervalos de tiempo. También agrega las noticias relacionadas con los términos de búsqueda, lo que explica en muchos casos las razones de popularidad.

Por ejemplo, un periodista que esté cubriendo las elecciones, puede ingresar los nombres de los principales candidatos y medir el comportamiento de las búsquedas de cada uno en la Web, la evolución de su 'popularidad' en las búsquedas, y todo esto es útil como indicador de la opinión pública.

- **Google Trends for Websites** ([trends.google.com/websites](https://trends.google.com/websites))

presenta el tráfico aproximado de sitios web, algo que puede ser útil para periodistas que cubren Internet, pero también para los que manejan otros temas.

Un periodista deportivo podría planear un informe sobre la presencia de los equipos de fútbol de su país en Internet.

Un periodista político, por su parte, con el tráfico de los sitios web oficiales de los partidos o los candidatos podría complementar una investigación sobre las campañas en línea.

¿Y qué tal si el periodista económico, al que todos los voceros de los bancos le han dicho que son ellos los líderes en Internet, se apoya en datos como el tráfico de los sitios web para descubrir quiénes sí lideran y cuáles exageran sus avances?



## INVESTIGAR CON YOUTUBE

Este no es solo el servicio más popular del mundo para ver y publicar videos: también es una herramienta que permite al periodista identificar tendencias en video de lo que la gente está consumiendo o buscando. Esto es posible porque presenta los resultados más relevantes, los más vistos y los mejor calificados, entre otros. Es una herramienta que puede servirles a algunos periodistas para estar al tanto de lo que está pasando.



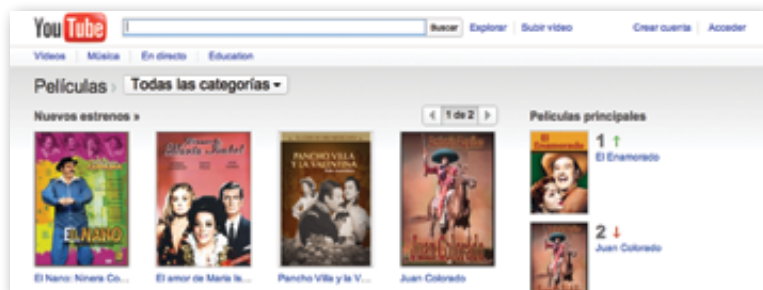
<http://www.youtube.com>

La página de inicio de YouTube hace sugerencias de los videos más relevantes del día, distribuidos según temáticas. Pero en el caso del periodista musical, puede utilizar YouTube Music, donde aparecen las principales listas de reproducción de videos musicales, los videos más relevantes por género y eventos musicales que estén sucediendo en vivo.



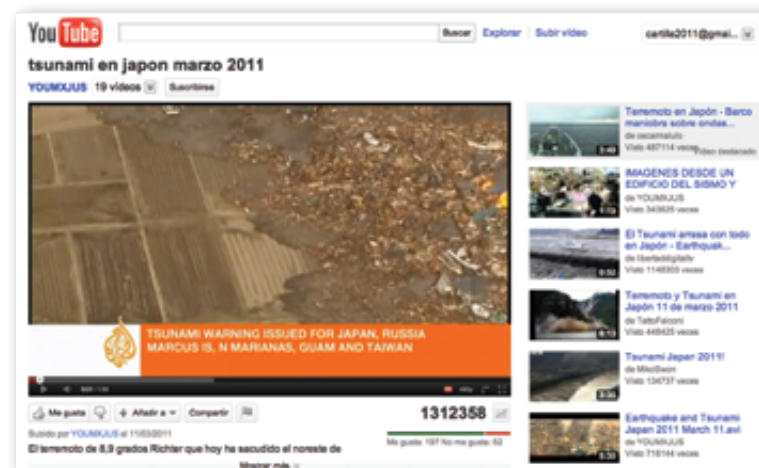
Un periodista del espectáculo, por ejemplo, que deba crear un programa radial de las últimas tendencias de la música en el mundo, puede utilizar YouTube como un termómetro de lo que está causando impacto y lo que realmente está buscando y escuchando la gente, y con base en esto puede incluso enriquecer la programación diaria de canciones que va a pasar la emisora, para no limitarse a lo que le dan las casas disqueras.

- YouTube también tiene **YouTube Movies**, una herramienta ideal para periodistas de entretenimiento, críticos de cine y otros periodistas culturales. Esta herramienta no solo tiene una enorme oferta cinematográfica (los usuarios pueden ver películas completas en su computador), sino que pueden acceder a información relacionada con cada película como trailers, documentales, notas en video sobre las películas y reseñas.



- En YouTube hay millones de videos subidos por personas comunes y corrientes, medios de comunicación, productores, etc. Un periodista puede, entre otras cosas, utilizar YouTube para tener información de cientos de usuarios alrededor del mundo que han producido contenido sobre un evento específico, para crear notas e ilustrarlas para medios escritos o visuales.

Por ejemplo, en el tsunami de Japón, miles de personas capturaron en sus celulares, cámaras y otros dispositivos, lo que estaba sucediendo en varios puntos de la isla. Medios de comunicación alrededor del mundo utilizaron los videos subidos a YouTube por todos estos usuarios para mostrarle al mundo lo que estaba pasando en este país. Cientos de listas de reproducción fueron creadas por usuarios, periodistas y medios de comunicación en YouTube para crear un recorrido en video de los que vivieron el desastre natural.



#### TIP:

Un periodista puede, entre otras cosas, utilizar YouTube para tener información de cientos de usuarios alrededor del mundo que han producido contenido sobre un evento específico, para crear notas e ilustrarlas para medios escritos o visuales.



- YouTube también ofrece la posibilidad de ver contenidos en video en tiempo real, por streaming. Así, por ejemplo un periodista puede estar constantemente actualizado de lo que está sucediendo en eventos importantes alrededor del mundo, sin necesidad de tener canales de televisión por cable que transmitan estos contenidos.



<http://www.youtube.com/user/GoogleLatinoamerica>

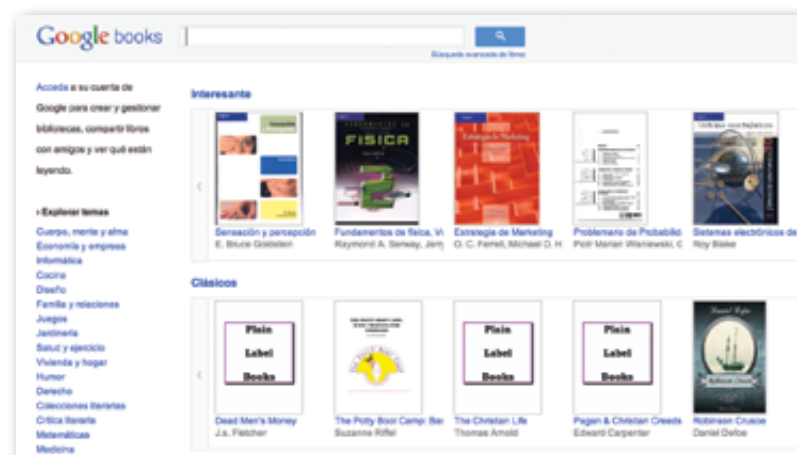
Millones de personas por ejemplo, vieron en vivo a través de YouTube la boda real del Príncipe Guillermo y Kate Middleton. Coberturas especiales en vivo se han hecho a través de esta herramienta como el GPS 2011 en Bogotá (el Google Press Summit), y el gran evento musical Rock in Rio 2011, uno de los festivales de música más grandes del planeta. En su canal en YouTube, [YouTube.com/RockinRio](http://YouTube.com/RockinRio), millones de usuarios pudieron ver el concierto en vivo. Desde la India hasta Finlandia, desde Tierra de Fuego a Groenlandia (exceptuando Brasil) los fanáticos pudieron ver de cerca cómo Katy Perry, Elton John, Rihanna, Snow Patrol, Red Hot Chilli Peppers y Metallica, entre otros, se presentaron en el escenario a tocar en vivo por YouTube.

Es así como un periodista puede estar constantemente conectado y enterado en tiempo real de lo que está sucediendo.

## CONTEXTUALIZAR

Herramientas como YouTube, Google Maps, Google Libros, Google Scholar y búsqueda de imágenes son una gran ayuda para complementar el proceso de investigación de un periodista.

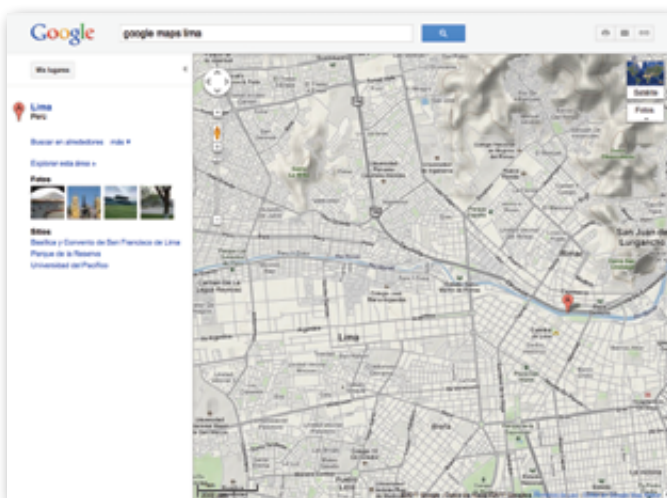
- **Google Libros y Google Scholar** son dos poderosas herramientas para encontrar bibliografía relevante para soportar un artículo. En Google Libros, un periodista puede acceder a miles de libros y revistas especializados. El periodista puede leer un extracto del libro, leer las reseñas, reseñar el libro, encontrar libros relacionados y comprarlo en línea en varias tiendas sugeridas por Google.



Google Scholar, por su parte, tiene una enorme oferta de publicaciones académicas como tesis, journals y artículos especializados. El acceso a estas publicaciones no es ilimitado y no siempre gratuito, ya que hay muchas que están alojadas en sitios que requieren un registro y un pago para brindar acceso completo a sus contenidos. Sin embargo, Google tiene alianzas con universidades alrededor del mundo y hay mucho contenido al que se puede acceder gratuitamente, y que puede ser muy enriquecedor en la construcción de un trabajo periodístico.



• **Google Maps** es otra herramienta muy útil para un periodista. El sistema cartográfico de Google permite a los usuarios subir información de lugares, subir fotos, marcar ubicaciones y crear rutas, entre muchas otras funciones.

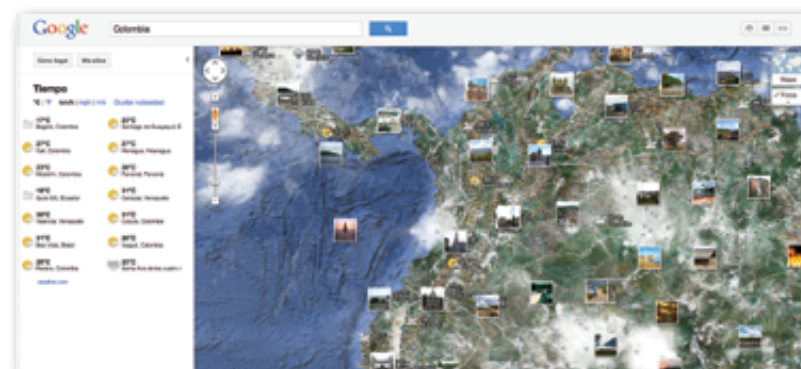
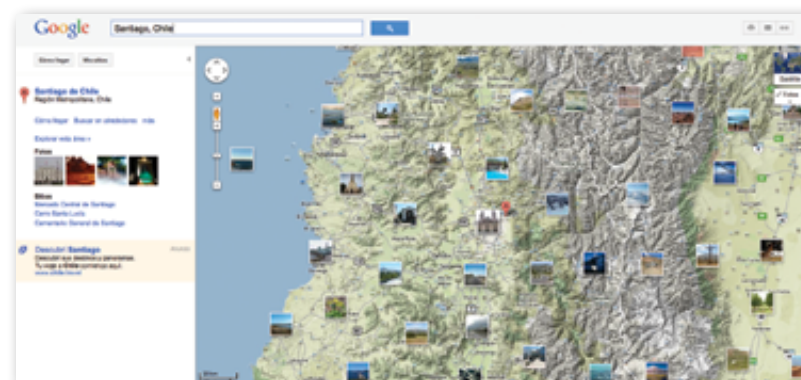


[www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com)

Toda esta información creada por usuarios puede ser muy útil para un periodista que necesite investigar sobre lugares específicos.

Algunas de sus funciones incluyen: ver imágenes de satélite con datos de mapa superpuestos, ver el relieve y las imágenes en 3D de Google Earth en Google Maps, ver imágenes de la calle y desplazarse por ellas con Street View, indicaciones de cómo llegar a algún lugar en diferentes medios de transporte y tiempos estimados de arribo, entre otros.

Muchos medios de comunicación han encontrado en Google Maps una herramienta muy poderosa, no solo de investigación, sino de presentación de contenidos.





# Reportería

Google™

- Buscar Fuentes
- Hacer entrevistas
- Capturar el momento de la noticia
- Busque elementos gráficos de apoyo.
- Sondeos en línea
- Comunicación en todos los idiomas



Para muchos, reportear es la mejor parte de la labor periodística, y también la más difícil. Decidir a quién consultar, saber dónde y cómo se puede contactar a una fuente, hacerle las preguntas adecuadas, poner cómodo al entrevistado para que responda con claridad y transparencia, transmitir de la mejor manera un suceso inesperado u ofrecer un contenido completo de un congreso son tareas exigentes, pero que con Google pueden ser más productivas y dar mejores resultados.

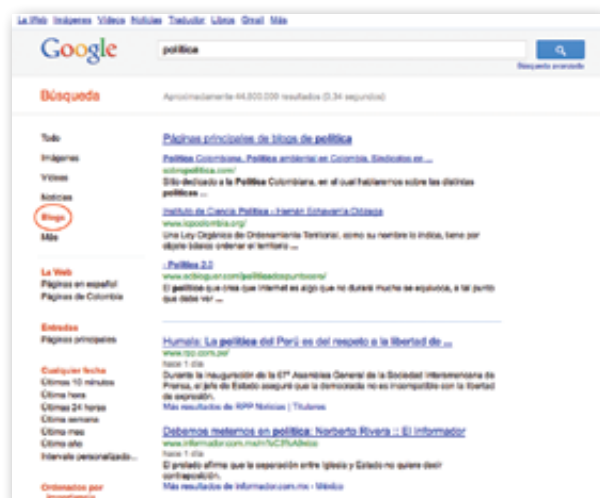
## BUSCAR FUENTES

Anteriormente, ¿qué era lo primero que hacía un joven e inteligente periodista cuando el editor le encargaba una nota? Preguntarle a un colega con más experiencia a quién podía contactar para que le hablara del tema. ¿Hoy qué podría hacer? Buscar en Google varias fuentes apropiadas.

Si bien usted ya debe tener su directorio de fuentes organizado (puede ser en un documento compartido en Google Docs, en los Círculos de Google+, en Google Reader o en su correo), siempre tendrá la necesidad de buscar nuevas fuentes, y allí está Google para ayudarlo.

Hoy son tantas las opciones de fuentes que tiene un periodista que su problema ya no es encontrar a quién contactar sino decidir a quién contactar.

- Hacer búsquedas avanzadas (por ejemplo, 'googlear' el nombre de la persona y buscar reconocimientos o entrevistas anteriores en medios de comunicación) puede ayudar a decidir si una fuente es confiable y si está lo suficientemente preparada como para que usted la consulte.
- Una buena forma de conocer qué tan autorizada es una persona para hablar de un tema es recurriendo a sus perfiles en redes sociales o blogs personales. Muy seguramente allí podrá conocer cuál es su pensamiento y conocimiento acerca del tema, pero también la reputación que maneja, qué tipo de personas o instituciones lo siguen y qué nivel de posicionamiento tiene entre las personas directamente relacionadas con su oficio y con la comunidad en general.



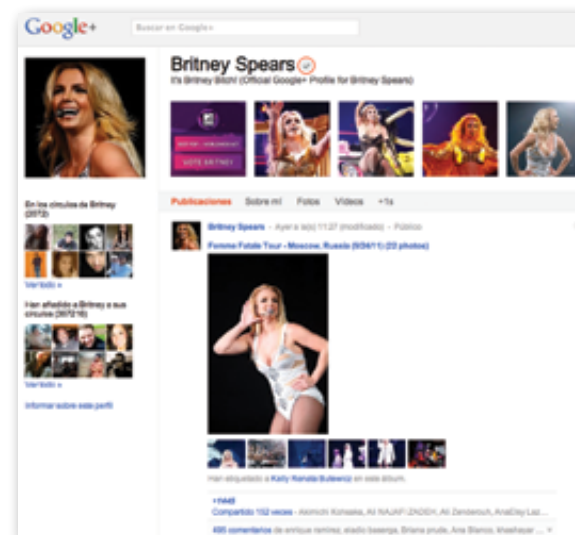
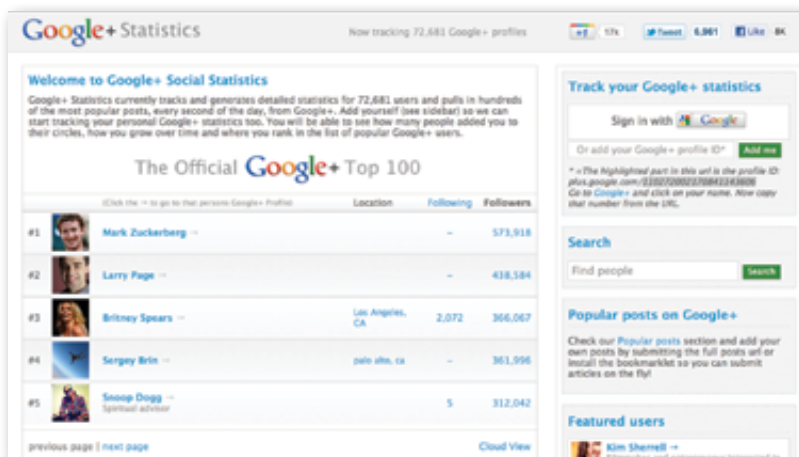
• Incluso hay sitios en Internet que le ayudan en esta tarea, como es el caso de [SocialStatistics.com](http://SocialStatistics.com), en Google +, que le muestra el ranking de las personas que más siguen, las que más publican y las publicaciones que están siendo más aceptadas y valoradas. Este sitio incluye una reseña de medios de comunicación que lo consultan y extraen de allí información para sus notas periodísticas.

#### TIP:

Empezar a seguir a famosos en una red social es una buena manera de acercarse a ellos o de acceder a información que por otro medio sería imposible. Puede ser que una cantante de reconocimiento mundial incluya su país en su próximo tour de presentaciones y lo anuncie por este medio, que un futbolista hable de lo que sintió al marcar el gol definitivo en la final de una Copa del Mundo o que un escritor comparta el primer capítulo de su próxima novela. A pesar de estar a muchos kilómetros de distancia usted puede ser uno de los primeros en enterarse y en divulgarlo.

Pero tenga cuidado, en las redes sociales a la par de los famosos están los impostores. Google+ maneja un sofisticado sistema de verificación de cuentas que le permite diferenciar entre un personaje ilustre o que sea muy seguido y un 'fake'.

Las cuentas que son reales se identifican con un visto bueno a la derecha del nombre y si pasa el ratón sobre él, se despliega un pequeño cartel de 'Nombre verificado', que confirma que ese perfil es el oficial de un personaje ilustre o que es al que siguen muchas personas.

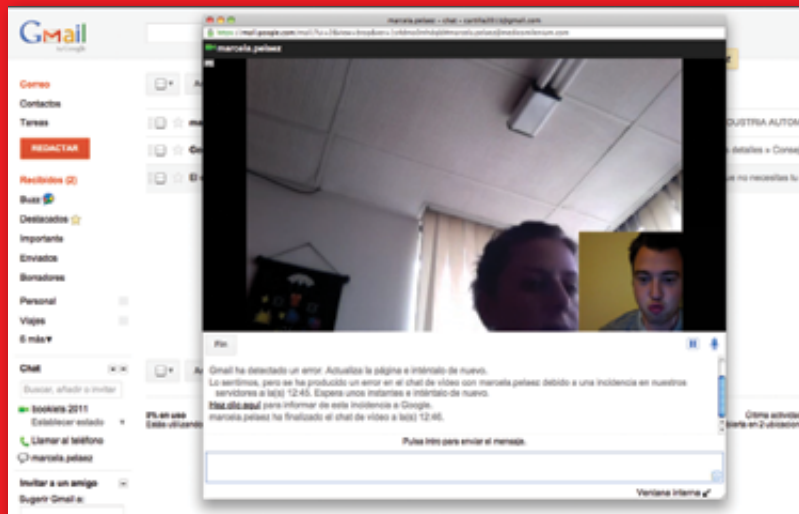


## HACER ENTREVISTAS

Estar frente a frente periodista y entrevistado siempre será lo ideal, pero esto es cada vez menos frecuente y posible. Las fuentes hoy en día están en cualquier parte del mundo y los afanes de la labor periodística, así como los constantes problemas de tráfico impiden cada vez más el desplazamiento del periodista al lugar de la entrevista. En aras de ahorrar tiempo y recursos, las entrevistas en la actualidad se hacen por Internet.

Son muchas las opciones con las que cuentan los periodistas para hacer más eficiente su labor de reportería.

- Hoy en día pueden usar herramientas no solo como el correo electrónico para contactar a las fuentes, enviarles algunas preguntas y esperar sus respuestas; sino también cuentan con la posibilidad de crear un formulario de preguntas en Google Docs, añadir las direcciones de correo de las personas que buscan que lo respondan y compartírselos para que lo vayan respondiendo, así podrán ir conociendo en línea y en tiempo real sus respuestas.



- También pueden hacer entrevistas por chat, por teléfono o en video. Google Talk, Google Voice y una red social como Google+ son algunas de las herramientas que tienen los periodistas en la actualidad para contactar a fuentes en cualquier parte del mundo. Es tal la calidad que han alcanzado estos servicios que ya no es extraño ver en un noticiero de televisión de primer nivel entrevistas hechas vía Internet, grabadas o en directo, o emisoras que transmiten audios hechos con herramientas como Google Talk.



- Hoy, ni siquiera una grabadora o una cámara, que son dos de los principales símbolos que identifican a un periodista, se necesitan para hacer una entrevista. Un teléfono inteligente es hoy la grabadora, la cámara fotográfica o la videocámara de un periodista de la era digital.

- Aplicaciones como Voice Recorder, PicSin y Videos permiten en una plataforma móvil como Android grabar audios, tomar fotografías o hacer videos, respectivamente, y compartirlos muy fácilmente a través de una cuenta de correo electrónico o en redes sociales. Todo desde el teléfono u otro dispositivo móvil.



## CAPTURAR EL MOMENTO DE LA NOTICIA

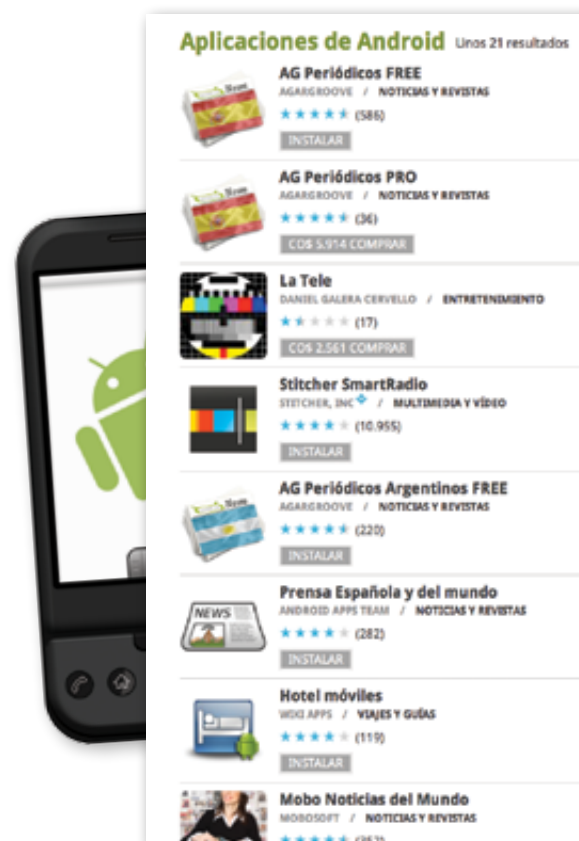
En la actualidad, un periodista se encuentra con la noticia en el momento menos pensado. Puede ser que al salir de su casa encuentre que el servicio de transporte masivo en la ciudad está bloqueado por protestas, que estando en el parque con sus hijos un domingo ve cómo una camioneta manejada por un famoso futbolista se estrella contra un árbol, o descubra a un cantante o un actor famoso paseando por la playa en la que usted pasa vacaciones.

Ya no necesita llamar al medio para que le envíen urgente una cámara para cubrir la noticia. Un teléfono es una de las principales herramientas con las que cuenta un periodista en la actualidad. Puede tomar la foto de las protestas que bloquean el tráfico, editar la imagen con aplicaciones móviles como Photoshop o ProPaint, hacerle un pie-defoto y subirla al sitio web de su medio, o enviarla por correo directamente a su editor o compañero para que él se encargue.

Puede grabar en video la camioneta estrellada, entrevistar al futbolista y dar un parte de tranquilidad de su salud, o editar el video con aplicaciones como Fring o Videos y enviarlo para su publicación. También puede convertir su teléfono en una grabadora y hacer al menos un podcast con el cantante o el actor que se le aparezca al lado.

### TIP:

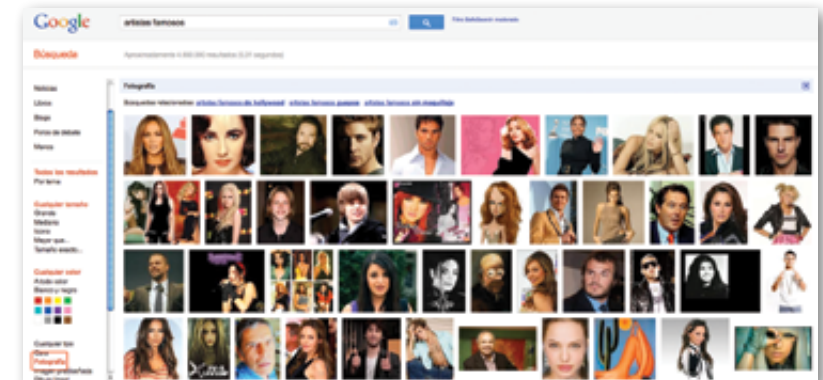
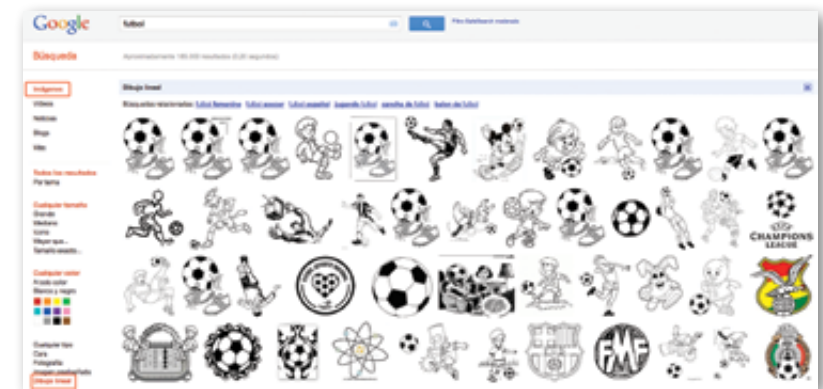
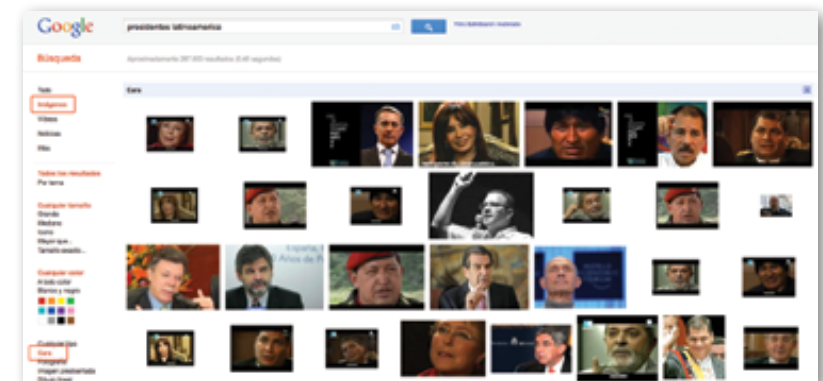
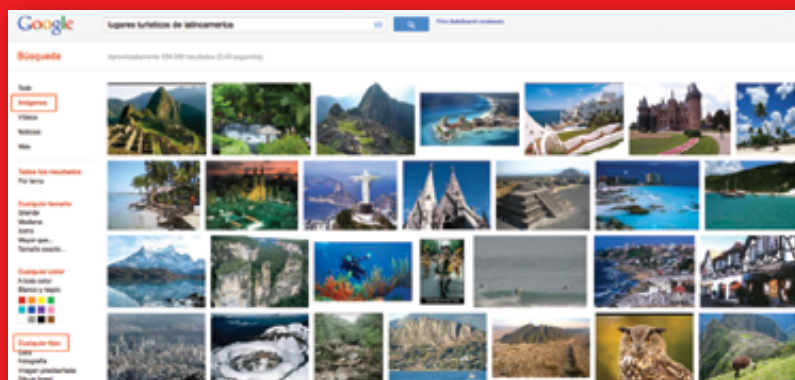
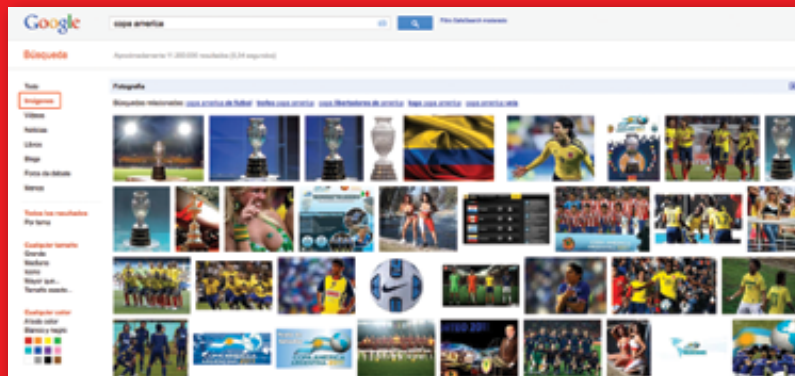
Los smartphones, las tabletas y los cientos de aplicaciones que se encuentran en plataformas móviles como Android incluso permiten a los periodistas suscribirse a canales como el de CNN o la BBC, en las que se puede mantener informado de las noticias más importantes con una simple alerta que le llega a su dispositivo móvil.





## BUSQUE ELEMENTOS GRÁFICOS DE APOYO

En la actualidad un periodista no se debe frenar por fuentes, pero tampoco por recursos para recrear sus notas. Por medio del buscador de Google puede acceder a cientos o miles de fotografías, videos, presentaciones o el contenido que se le ocurra para enriquecer su nota. Lo único que debe tener presente es no violar los derechos de autor o las restricciones de uso de ese material y esto también se puede verificar por medio de servicios como Imágenes o YouTube para el caso de los videos.

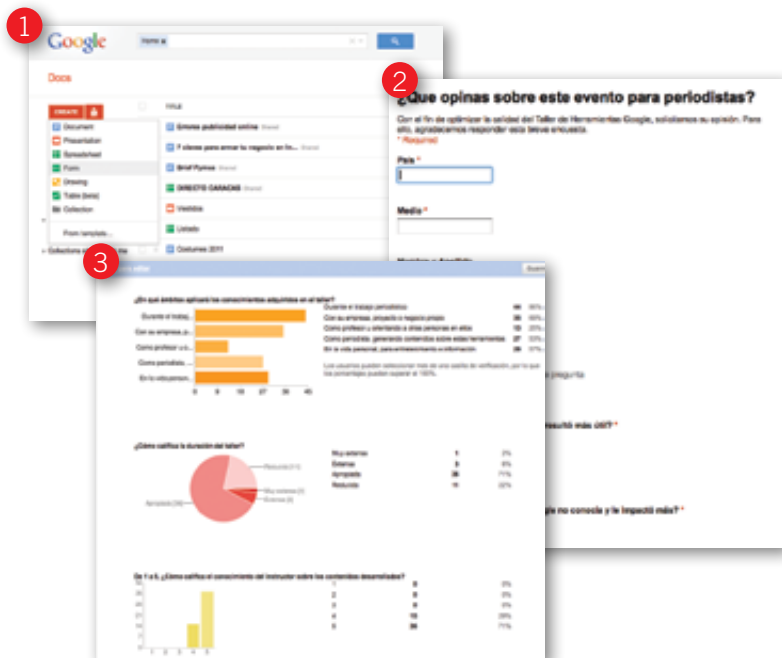


## SONDEOS EN LÍNEA

La presentación de un proyecto de ley que busque condicionar el acceso a Internet entre los ciudadanos es de por sí una noticia interesante que vale la pena ser contada, pero explicar solo en qué consiste el proyecto o las consecuencias que tendría es quedarse corto. Un periodista actual cuenta con la posibilidad de consultar las reacciones que un proyecto de ley de esta envergadura pueda generar entre la comunidad o en un grupo determinado de personas. Eso sin duda enriquecerá el contenido.

- Para esto solo basta con crear un formulario en línea con Google Docs (Gmail), compartirlo, invitar a las personas a que lo contesten y revisar las respuestas.

- Otra forma es hacer una pregunta pública a todos sus círculos de contactos en Google+ y revisar las opiniones o comentarios que se generen.



- Otra herramienta que empieza a ser muy utilizada para generar participación y obtener la percepción o el interés de cada vez más personas en torno a un tema es Google Moderator. Se trata de una herramienta que permite a un periodista conocer, por ejemplo en una rueda de prensa o evento de gran magnitud, qué tipo de temas son los que generan mayor interés o concentran la atención de los asistentes. Este tipo de herramientas le pueden ayudar al periodista a definir el enfoque de la nota o a ver el ángulo más interesante y atractivo para presentarla.



<http://www.google.com/moderator/>

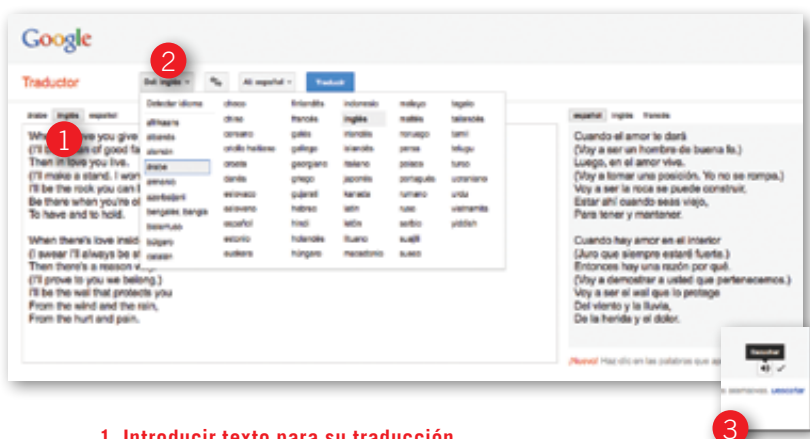
## COMUNICACIÓN EN TODOS LOS IDIOMAS

La barrera del idioma tampoco debe ser una limitante para un periodista actual. Google Translate trabaja con 53 idiomas diferentes y da soporte de reconocimiento de voz en 15 idiomas.

Translate también es una herramienta muy útil para los periodistas que tienen que viajar por el mundo. Una aplicación como Google Translate para Android le permite romper las barreras de comunicación, incluso se puede usar para traducir conversaciones entre una persona que hable español y otra en inglés.

<http://translate.google.com/>

<http://www.google.com/moderator/>



1. Introducir texto para su traducción
2. Selección de idioma
3. Escuchar la pronunciación del texto traducido

Sin las barreras del idioma un periodista no solamente tiene acceso a la información publicada en muchos más países, sino que también tiene la posibilidad de llevar su contenido a todos esos países.

En este mundo globalizado no se le haga extraño que una agencia de noticias de algún país del Medio Oriente lo contacte para que usted sea su corresponsal, las barreras para los periodistas hoy no existen.



### LO QUE UN PERIODISTA PUEDE HACER CON TRANSLATE:

- Leer periódicos y revistas publicadas originalmente en japonés.
- Ensayar la pronunciación del italiano.
- Escribir en mandarín.
- Contactar a un empresario ruso para una entrevista.
- Puede configurar su navegador o su correo para que le traduzca los contenidos al idioma que prefiera.
- O incluso puede ver videos en YouTube que hayan sido grabados en idiomas tan lejanos como el alemán y que tengan subtítulos en el idioma que usted maneja.



# Redacción y producción de contenido

Google™

- Producción colaborativa de contenidos
- Planee su infografía



El periodista ya hizo toda la investigación y tiene suficiente material para empezar a trabajar su contenido. Internet también le ayuda al momento de sentarse a redactar, editar o ilustrar su nota.

### PRODUCCIÓN COLABORATIVA DE CONTENIDOS

Google Apps ofrece al periodista una serie de herramientas que le facilitan su trabajo tanto a nivel individual como colectivo. Aplicaciones como Gmail, Google Docs, Google Talk, Google Calendar y Google Sites están diseñadas para aumentar la productividad.

Google Docs es una herramienta muy poderosa que permite producir contenido de una manera efectiva y trabajar en tiempo real con otros colegas.



Muchos editores y periodistas aún se acordarán del problema que generaba en las redacciones el trabajar con archivos adjuntos. Cada periodista creaba un archivo con el contenido, lo enviaba al editor y éste lo regresaba con sus comentarios; el periodista lo recibía, hacía los ajustes y lo devolvía, y así sucesivamente cuantas veces fuera necesario. El resultado: decenas de versiones de un solo contenido, buzones de correo copados y confusiones de cuál era realmente la última versión, la que se debía publicar. Imaginemos cómo puede llegar a ser esta situación para un editor que tiene que repetir este proceso por cada uno de los periodistas a su cargo y que en tiempos de cierre ve acumulado su trabajo.



### GOOGLE DOCS COMO PLATAFORMA COLABORATIVA

1. Inserte imágenes Inserte imágenes y enlaces a su texto
2. Comparta y colabore en tiempo real
3. Elija quien puede acceder a sus documentos
4. Vea quién está viendo y editando el documento. Chatee con sus colaboradores en tiempo real
5. Descargue sus documentos en múltiples formatos
6. Escriba simultáneamente con varios colaboradores, cada uno será identificado con un color
7. Control de cambios: todos los usuarios compartidos pueden incluir comentarios, aceptarlos o rechazarlos.

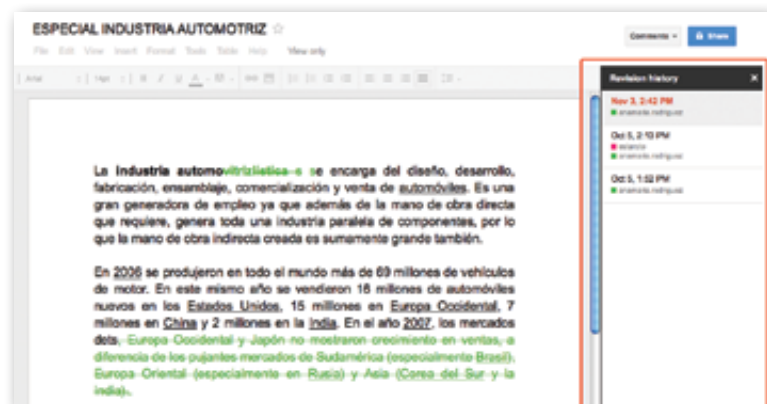
Trabajar en un ambiente colaborativo, como el que provee Google Docs, tiene múltiples ventajas. Uno de los principales beneficios en el desarrollo de la labor periodística es que facilita y optimiza la labor de edición, pues permite a varios usuarios modificar archivos simultáneamente, hacer anotaciones o comentarios sobre el contenido, buscar ediciones anteriores por si alguno de los usuarios cometió un error o borró parte importante del contenido; también permite al editor retomar temas o líneas editoriales que ya no aparecen en el documento que está trabajando, e incluso chatear con el periodista y hacerle una pregunta acerca de algo que no entienda sin necesidad de salirse del documento.



Docs no solamente permite crear, editar y compartir más fácilmente un contenido, sino que optimiza labores cotidianas en el ejercicio periodístico, como poder insertar gráficos o imágenes a un texto, además facilita traducir documentos a otros idiomas, crear encuestas y hasta publicar contenidos en blogs, sitios o en canales creados en YouTube.

Aunque parezca una contradicción, otra de las principales ventajas asociadas al trabajo colaborativo está en el control que se tiene de los contenidos creados. El periodista que crea el contenido en Docs puede compartirlo solo con las personas que necesite, asignando permisos para que algunos únicamente lo puedan ver, otros

puedan editar directamente y algunos más tengan solo permiso de añadir comentarios, una de las más recientes adiciones que ha tenido esta plataforma. Además, si hay algún cambio entre la última versión revisada por el periodista o el editor y el contenido finalmente publicado, se cuenta con el historial de revisión el cual está disponible en la pestaña Archivo.



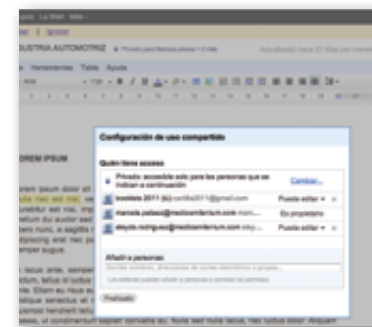
Adicionalmente, la posibilidad de acceder a Docs desde cualquier dispositivo móvil que se conecte a Internet facilita que el periodista pueda terminar el contenido que necesita entregar o que el editor haga los comentarios o ajustes respectivos en cualquier momento y lugar trabajando incluso desde el teléfono móvil o una tablet.

#### EJEMPLO:

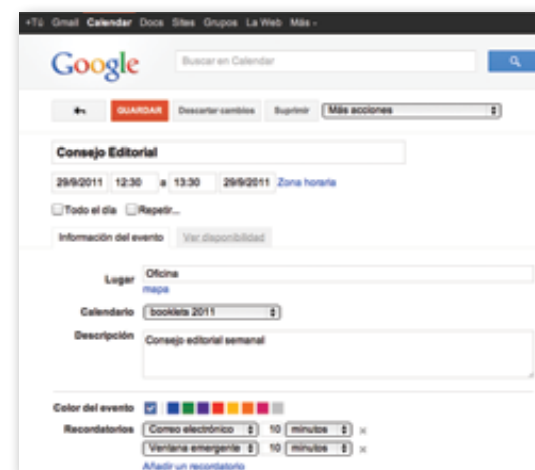
Una revista está preparando un informe especial sobre el crecimiento de la industria automotriz de su país. El editor de la sección de autos está en una feria de automóviles en Estados Unidos, el redactor principal está en Perú cubriendo un lanzamiento, y otro redactor y los dos practicantes están en la oficina de la sede principal del medio. El especial sobre la industria automotriz debe estar listo en una semana y debe ser un trabajo colaborativo entre todo el equipo, pero el editor y el redactor no regresarán en menos de cuatro días a sus oficinas.

1. El editor crea un documento titulado 'ESPECIAL INDUSTRIA AUTOMOTRIZ' y lo comparte con su equipo.

2. El editor hace un plan de trabajo en este documento, señalando a quién le corresponde cada uno de los temas del especial.

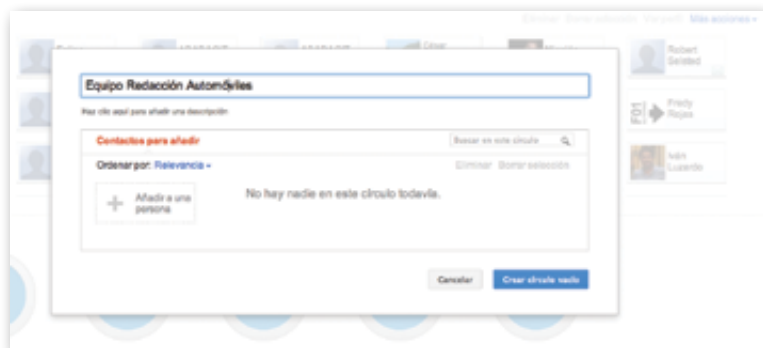
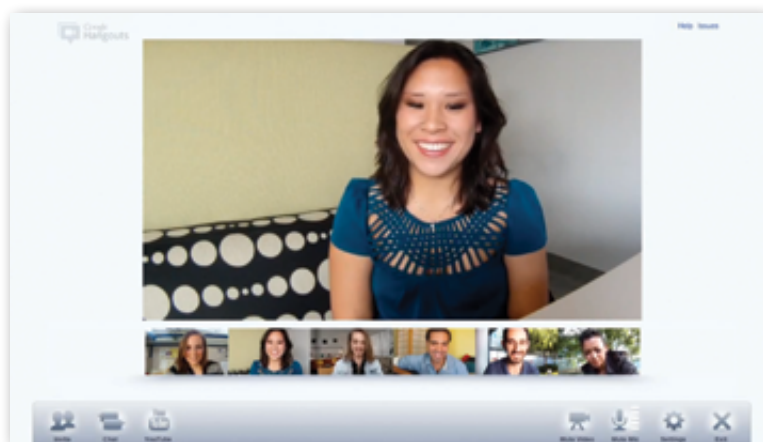


3. Cita a su equipo a través de Google Calendar a una reunión para conectarse en Google Talk para chatear simultáneamente, o pueden ir más allá haciendo una reunión en video utilizando Hangouts de Google+. Aunque actualmente Google+ no está disponible para Google Apps, todos los miembros del equipo pueden conectarse utilizando sus cuentas de Gmail.



4. El día de la reunión todos los miembros del equipo recibirán un recordatorio en su Gmail de la reunión que pronto iniciará en Google Talk o Google+.

5. Deciden realizar la reunión en Hangouts con sus cuentas de Gmail, el editor previamente habrá hecho un círculo en Google+ titulado “Equipo redacción automóviles”, y así conectará a todo su círculo en un videochat grupal.



6. Durante la reunión, todos podrán abrir y modificar el documento que el editor había compartido previamente con su equipo, y empezar a ‘bocetear’ el especial que deben entregar, definir líneas editoriales, compartir sus bases de datos que tienen en sus hojas de cálculo o crear una nueva con las fuentes que pueden funcionar para el especial, y establecer fechas de entrega.

Semana		Contenido/Gestión	Entrevistas	Fecha de Entrega
1ra	Entrevista	1. Proyecciones 2011 (medios de negocio) 2. Columna de Ato: La década que no terminó		
2da	Entrevista	1. Proyecciones 2011 (medios de negocio) 2. Columna de Ato: La década que no terminó		
3ra	Entrevista	Anuncio - Portales la presencia de Google en Colombia (documentación CM y Web) - Apertura de oficina - Regada DOG	Viscero DOG - Medio de negocio (panorama general)	
4ta	Entrevista	Anuncio - Portales la presencia de Google en Colombia (documentación CM y Web) - Apertura de oficina - Regada DOG	Viscero DOG - Medio de negocio (panorama general)	
5ta	Entrevista			
6ta	Entrevista			
7ta	Entrevista			
8ta	Entrevista			
9ta	Entrevista			
10ta	Entrevista			
11ta	Entrevista			
12ta	Entrevista			
13ta	Entrevista			
14ta	Entrevista			
15ta	Entrevista			
16ta	Entrevista			
17ta	Entrevista			
18ta	Entrevista			
19ta	Entrevista			
20ta	Entrevista			
21ta	Entrevista			
22ta	Entrevista			
23ta	Entrevista			
24ta	Entrevista			
25ta	Entrevista			
26ta	Entrevista			
27ta	Entrevista			
28ta	Entrevista			
29ta	Entrevista			
30ta	Entrevista			
31ta	Entrevista			

7. Estos documentos estarán disponibles para todos, siempre actualizados.

8. Finalmente, el equipo de trabajo puede crear un Site en Google Sites, que funcionará como repositorio de toda la información. Ahí, todos podrán acceder a todos los documentos, las bases de datos, imágenes de apoyo que utilizarán para el especial, videos, entre muchos otros materiales. Este sitio puede ser un gran centro de recopilación y organización de información, donde todos los proyectos del equipo se guarden organizadamente por secciones o páginas.

**El sitio puede estar organizado de la siguiente manera:**

#### Página o sección 1:

- ESPECIAL INDUSTRIA AUTOMOTRIZ-AGOSTO 2011  
*Subpaginas*
- Bases de datos (hechas, modificadas y compartidas en Google Forms)
- Artículos (hechos, modificados y compartidos en Google Docs)
- Imágenes de apoyo: Galerías Picasa
- Videos: Videos de apoyo de YouTube
- Fechas de entrega y reuniones: Google Calendar

## Página o sección 2:

- ESPECIAL FERIA DEL AUTOMOVIL- NOVIEMBRE 2011 Subpaginas
- Bases de datos (hechas, modificadas y compartidas en Google Forms)
- Artículos (hechos, modificados y compartidos en Google Docs)
- Imágenes de apoyo: Galeria de Picasa
- Videos: Videos de apoyo de YouTube
- Fechas de entrega y reuniones: Google Calendar.



## PLANEE SU INFOGRAFÍA

Hoy en día, las infografías se han convertido en un recurso informativo y de análisis de gran valor para complementar notas escritas, notas creadas para medios online, presentar resultados de estudios, entre otros.

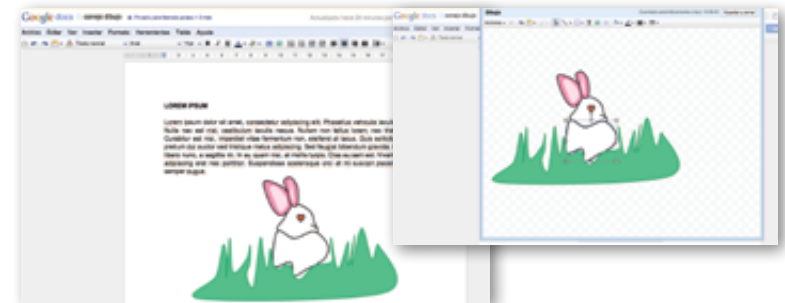
Con el crecimiento de teléfonos inteligentes como los que soportan la plataforma de Android, hay una tendencia de los sitios web y blogs de adaptar la información presentada en formatos infográficos, ya que es compatible con los dispositivos de telefonía móvil y facilita el consumo de información en estos dispositivos.

Google docs tiene la opción de crear dibujos e insertarlos en los documentos creados. No es común que la mayoría de los periodistas diseñen infografías, pues es un trabajo desarrollado por los diseñadores gráficos de los medios. Sin embargo, con Google docs, un periodista puede hacer el esquema de la infografía que quiera desarrollar, compartirla con el diseñador, y trabajar en tiempo real con él utilizando las ventajas que ofrece la plataforma, en la construcción gráfica del contenido.



Algunos ejemplos de infografías y otras propuestas gráficas creadas con Google Drawings (Dibujos), parte de Google Docs:

Ilustre sus notas con Google Drawings. La herramienta de dibujos de Google Docs no sólo le permite hacer mapas mentales, procesos, organigramas, esqueletos de infografías, sino que el periodista puede incluso hacer ilustraciones para complementar sus trabajos.



# Publicación de contenidos

Google™

- Publique un blog y hágase visible en la web
- Sus contenidos... y su hoja de vida en video
- Geocalice los contenidos noticiosos con Google Maps





## PUBLIQUE UN BLOG Y HÁGASE VISIBLE EN LA WEB

¿Qué puede hacer un periodista para hacer visible su trabajo en Internet? Google ofrece varias plataformas que pueden ser utilizadas de diversas formas para compartir el contenido o para publicitar el trabajo de un periodista y posicionarse en la Web.

Una de ellas es la red social Google+, en la que sus contactos y seguidores serán su principal audiencia cautiva. Sin embargo, el formato por excelencia de publicación en la Web es el blog, que es una excelente herramienta para producir y publicar contenido propio y divulgarlo.

Hoy, generar contenidos y difundirlos ya no es un privilegio para unos pocos, sino una posibilidad real para millones de personas que pueden informar, opinar o analizar la realidad a su manera y sin las restricciones editoriales de siempre.

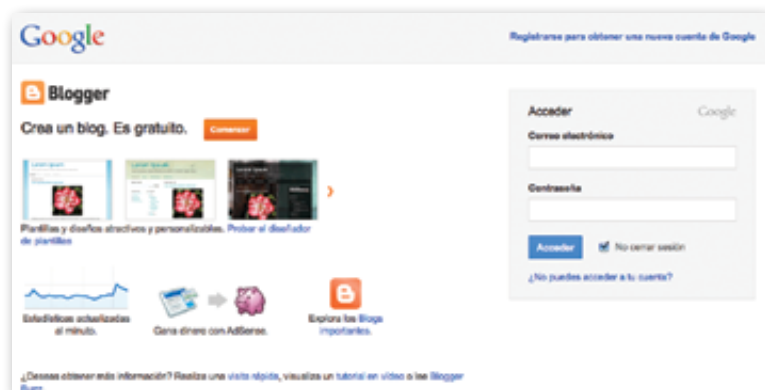
Por ejemplo, un periodista que trabaja en un medio de comunicación impreso o en un medio digital, puede convertirse en un líder de opinión en Internet gracias a su blog personal.



**EJEMPLO:**

El periodista escoge un tema del que escribirá, abre una bitácora en [www.blogger.com](http://www.blogger.com), escoge el título para su blog, una URL de fácil recordación, y crea y personaliza su blog.

Define una periodicidad para publicar sus contenidos. Es importante saber que mientras más contenido de calidad se actualice, el blog cobrará mayor relevancia y podrá captar una audiencia mayor que obviamente contribuirá a su relevancia en la Web.



- **Utilice Google Analytics** (<http://www.google.com/intl/es/analytics/>) es una herramienta de gran utilidad para tener toda la información sobre el rendimiento del blog. El administrador del blog puede saber cuántas visitas, páginas vistas, usuarios únicos tiene el blog en tiempos específicos, cuáles son los contenidos más vistos y cuántas visitas tiene cada una de sus entradas, de qué países, ciudades y regiones lo visitan, las palabras clave a través de las cuales los usuarios están llegando a su blog, hacer comparativos de rendimiento del blog en diferentes tiempos (semanas, días, meses), entre muchas otras opciones.



- **Socialice sus contenidos y post en Google+.** Comparta con los círculos de interés las entradas para que su contenido circule en la Web, encuentre nuevos lectores.

- **Regístrese en AdSense** para hacer parte de la Red Display de Google, de tal forma que el blog genere ingresos económicos a partir de sus contenidos.

- **Promocione su blog** a través de AdWords para poder llegar a un público mayor y posicionar su blog en el buscador. Deberá entonces diseñar, por ejemplo, la campaña para el blog ficticio “Blog inglés y tecnología”. Creará sus anuncios de promoción que aparecerán en el buscador y en la red display de Google y definirá un presupuesto diario que desea invertir en la promoción de su blog. Por ejemplo, podría destinar 10 dólares diarios que se consumirán de acuerdo con los clics que reciban sus anuncios.



## SUS CONTENIDOS... Y SU HOJA DE VIDA EN VIDEO

YouTube puede ser otra plataforma de gran utilidad para que un periodista comparta su trabajo. Así como los canales de televisión publican sus contenidos de video en sus propios canales de YouTube, un periodista de televisión puede hacer lo mismo.

Por ejemplo, un periodista de farándula puede crear y personalizar su propio canal de YouTube, subir sus notas, compartir otros videos de interés de su línea de trabajo, incluso producir sus propios videos (como haría otro periodista publicando una entrada en su blog). Así, su canal de YouTube se podría convertir en un complemento de su hoja de vida, una galería de exposición de su trabajo en televisión y sus propias iniciativas audiovisuales.

### EJEMPLO:

El periodista crea su propio canal de YouTube, utilizando un nombre atractivo, encontrable y que se relacione con el periodista. Por ejemplo, el canal de YouTube del famoso entrevistador de televisión Charlie Rose.



- **Personalice su canal**, con colores, distribución de cajas de herramientas, imágenes, etc., para darle el carácter único del periodista y el contenido que produce.



- **Empiece a subir sus contenidos** al canal, titulándolos con nombres fáciles de recordar y pensando en posibles formas como los usuarios podrían buscar este contenido (no “nota\_Ag10\_DVD”, sino “Entrevista Shakira para Noticias RTV, Agosto 2011”), y utilizando correctamente los tags (por ejemplo: Shakira, cantante colombiana, superestrellas, celebridades.)

- **Para aumentar la visibilidad** de su canal, puede también utilizar Google+ para socializar sus videos y contenidos entre sus círculos de interés. Por ejemplo, círculos creados por el periodista que agrupen actores colombianos, periodistas de farándula, o amigos personales si es de su interés.



## GEOLOCALICE LOS CONTENIDOS NOTICIOSOS CON GOOGLE MAPS

El proyecto Longitude de The New York Times, es un muy buen ejemplo para mostrar lo que un medio de comunicación puede hacer con Google Maps para ofrecerle al usuario una experiencia nueva y diferente a la hora de consumir las noticias del mundo.



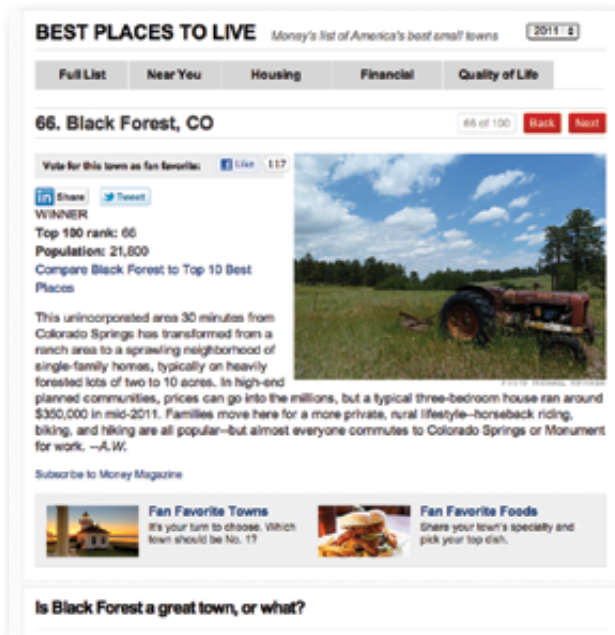
En esta plataforma, todas las noticias publicadas por el New York Times son geolocalizadas y marcadas en un mapa con el logo del medio de comunicación. El usuario puede hacer clic en cada uno de los logos que marcan la ubicación geográfica donde se desplega una ventana con las diez principales noticias publicadas por el periódico que sucedieron en la localidad marcada.

En la parte de abajo del mapa aparece la lista completa de locaciones donde han surgido las noticias del día, que es actualizada a diario.



### • Utilice la cartografía para producir contenido editorial

Google Maps puede ser utilizado creativamente no sólo para ubicar noticias según su origen geográfico, sino para crear especiales como el de CNN Money de 2011 titulado “Best Places to Live” (Los mejores lugares para vivir).

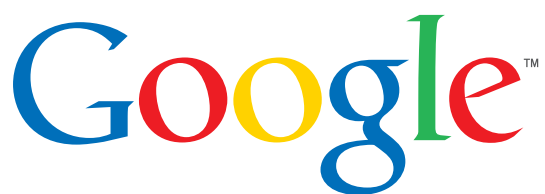


El especial es presentado en Google Maps, donde están marcados en el mapa los mejores lugares para vivir. Al darle clic en cada una de las marcas, las notas están hipervinculadas llevando al usuario del mapa a la nota que ha sido publicada en el sistema de contenidos de Internet del medio de comunicación.

Este ejemplo plantea un gran número de posibilidades para los periodistas de crear contenidos y especiales interactivos, que integran varios formatos y lenguajes, y ofrecen una experiencia de usuario memorable.

### OTRAS FORMAS COMO UN PERIODISTA PUEDE UTILIZAR GOOGLE MAPS:

- Crear recorridos para trazar una línea de hechos en el desarrollo de una noticia.
- Mostrar en un mapa dónde estarán ubicadas todas las mesas de votación de las elecciones presidenciales de un país.
- Mostrar el clima en cualquier lugar activando la capa del tiempo de Google Maps, e insertando el mapa en el sitio web del medio de comunicación.
- Crear una ruta donde se pueden hacer los mercados más económicos de una ciudad o de las casas de cambio con los mejores precios.
- Durante épocas por ejemplo de retorno de vacaciones, puentes festivos y otras fechas de alta circulación por carreteras, crear mapas para mostrar accidentes, trancones, derrumbes, zonas de alta congestión vehicular, entre otros.
- Un medio de modas puede crear un mapa para indicar los almacenes donde están los mejores descuentos de la ciudad.
- Recorridos culturales.
- Recorridos turísticos.
- Recorridos históricos.



Copyright 2011. Google es una marca registrada de Google Inc.