

**2009**

Colegio Universitario de  
Periodismo

Mindy Mac Adams  
Marzo, 2009

**[Guía de  
habilidades  
multimedia  
para  
periodistas ]**

Traducción al español: Lic. María Elena Brizuela

# Guía de Habilidades Multimedia para Periodistas

Mindy Mc Adams

Traducción: María Elena Brizuela

**S**i usted es periodista o estudiante de periodismo y piensa que necesita actualizarse y mejorar sus habilidades le sugiero que, además de simplemente leer esta guía, se ponga a practicar el mismo día si es posible. ¡No espere! Ya esperó demasiado.

## Parte 1: Lea blogs y use RSS

---

Aunque ya lea blogs regularmente, debe agregar algunos blogs que no son estrictamente de periodismo o noticias. Dos blogs recomendados (en inglés):

**Mashable:** Si usted fue una de las últimas personas en escuchar acerca de Twitter o si todavía no entiende cómo funciona Facebook, leer este blog frecuentemente actualizado lo pondrá “en onda”. Todas las tendencias de la Web 2.0, redes sociales, herramientas y sitios son cubiertas aquí.

**ReadWriteWeb:** aunque es un blog similar a Mashable (y algunas veces son redundantes) encontrará algunas cosas que no tiene el anterior, por ejemplo: [NYTimes Exposes 2.8 Million Articles in New API](#).

¿Por qué? Porque entenderá cómo y por qué el mundo de los medios alrededor nuestro está cambiando si se mantiene actualizado con estos cambios. La gente que entiende qué está pasando es menos propensa a que la pasen por arriba.

Ciertamente, no tiene que leer cada *post* exhaustivamente. Pero “escanear” diariamente estos posts definitivamente lo ayudará a tener un conocimiento práctico (aprehender) acerca de medios digitales, on line y móviles.

## Use un lector RSS

Si usted no empezó aun a usar un lector RSS, ¡por favor empiece ahora! ([introduction to RSS](#)). No piense demasiado qué lector de RSS debe usar, empiece con [Google Reader](#). Es gratis, fácil de usar, es ubicuo. El siguiente video le dirá en un minuto cómo funciona:

[www.youtube.com/watch?v=VSPZ2Uu\\_X3Y](http://www.youtube.com/watch?v=VSPZ2Uu_X3Y)

Si no es suficiente, aprenda del siguiente post de Mashable: “[How to use Google Reader like a rock star](#)” (Cómo usar Google Reader como una estrella de rock).

¿Por qué tomarse el tiempo de configurar y aprender a usar Google Reader? Primero y principal porque es 100 veces más eficiente que usar los marcadores de su navegador o favoritos. Es como su página de inicio personalizada, lista para usted en cualquier computadora con acceso a Internet, en casa, en el trabajo, inclusive en su teléfono. Es mejor que un agregado de todos los servicios de cable, porque usted lo configura para que le traiga la información que quiere.

## Cómo encontrar blogs que valgan la pena

De los millones de blogs que se actualizan frecuentemente, sólo unos pocos realmente van a ayudarlo a volverse más inteligente acerca de los desafiantes cambios del periodismo o su propia comunidad.

Generalmente un buen blog lleva a otro. Sólo mire el *blogroll*, la lista de enlaces en los menús laterales, casi todos los blogs tienen. Pruebe un blog por un tiempo antes de agregarlo a su Google Reader. Sea selectivo. Su tiempo es valioso.

Si quiere un lugar para empezar, pruebe [Best of the Journalism Blogs](#), de Journalism.co.uk (en inglés).

## Parte 2: Empiece un blog

---

Empezar un blog parecerá algo mundano para muchos de ustedes. Pero como siempre digo, empezar a escribir un blog con compromiso y cierta regularidad, lo hace más inteligente.

La ventaja para los periodistas que necesitan ponerse al día y aprender nuevas habilidades para el mundo digital, es que tener el compromiso con el blog lleva al blogger a buscar nueva información. Es como rendir una materia libre en lugar de presenciar una clase. Si asiste a clase, cuando su vida se complica abandonará. Algunas personas abandonan sus blogs, por supuesto. Pero aquellos que hacen un compromiso y se aferran a él pronto se darán cuenta de que el blog los conecta con nuevos desarrollos y espíritus afines de una forma que nunca anticiparon.

Ahora, antes de meterse en el meollo, la clave de tener un blog que te haga más inteligente es llegar. Un blog nunca debe ser visto como un envase de tu postura personal. Los blogs son un gran vehículo para compartir información y conocimiento, y compartir *viaja* en las dos direcciones.

Un blog es un nodo en una red gigante de nodos, con un ser humano detrás de cada nodo. Su blog le permite ver y ser visto, pero sólo si lo hace con el espíritu de compartir y conectar.

Estas dos prácticas son esenciales:

**Enlace hacia afuera.** Esto es, enlace a otros posts de otros blogs. No sólo a blogs, sino a posts individuales. Esto lo hace visible a otros bloggers y también -vía [trackbacks](#)- a otros lectores de blogs.

**Comente en los blogs de otras personas.** Particularmente con blogs de temas similares al

suyo. En el casillero para los comentarios, siempre tipee el nombre y la URL de su blog, esto permite que cualquiera que lea su comentario, haga clic en su nombre y vaya a su blog, trayéndole más lectores.

Los posts de su blog deben ser *cortos*. Alrededor de 300 palabras es suficiente para la mayoría de los posts. Si no, utilice un subtítulo o “leer más”.

## Sobre qué bloggear

Ud. puede bloggear acerca de lo que lo apasiona, pero si Ud. está leyendo esto es porque quiere mejorar sus habilidades y herramientas on line. Le sugiero que elija un tema más personal. Aquí algunos ejemplos:

[Multimedia Reporter](#): Ron Sylvester tenía 40 años cuando comenzó este blog para cronicar su propia experiencia de aprendizaje on line y multimedia. Aunque dejó de escribir en este blog y se pasó a este otro ([another one](#)) en el 2007, [Multimedia Reporter](#) todavía es un excelente ejemplo del diario de un periodista aprendiendo nuevas habilidades y prácticas.

[Meranda Writes](#): Otro blog de una reportera, pero de una generación más joven. Meranda Watling empezó este blog casi al mismo tiempo que comenzó su primer trabajo de tiempo completo en un diario (en Indiana) derecho desde la Universidad (Kent State). ¡Me encanta este blog! Me parece mejor que muchos libros que demuestran cómo ser un periodista.

[The Linchpen](#): los estudiantes de periodismo escriben blogs también, y la calidad y contenidos varían ampliamente (como es de esperar). Este blog de Greg Linch, que estudia en la Universidad de Miami, es consistente, interesante y de tono profesional. Hizo crecer visiblemente a Greg y espero que le ayude a conseguir un trabajo cuando llegue el momento.

## Cómo empezar a bloggear

Recomiendo [WordPress.com](#) por sobre todas las otras plataformas gratuitas de blogging, por

varias razones. Una de las grandes razones es el gran número de tutoriales, lecciones y soporte (un ejemplo: [a one-minute video](#) que muestra cómo guardar un borrador de un nuevo post). Mire este resumen de rasgos técnicos de WP ([WP features](#)) si necesita convencerse.

Sólo vaya y haga clic en el gran botón azul que dice [Sign Up Now!](#) (no puede ser más fácil.). A modo de resumen, estos pasos tan simples como es posible:

- Regístrese en **WordPress.com** (no podrá cambiar su nombre de usuario después, así que elija bien)
- Empiece un nuevo blog y asígnele una URL (ej. [miblog.wordpress.com](#)); esto tampoco puede cambiarse después, así que lo que elija para “miblog” importa mucho.
- Lea [Getting Started](#) si se siente nervioso
- Modifique los seteos ([Settings](#)) (cambie el título del blog, etc.; muchas cosas pueden cambiarse en cualquier momento)
- Elija un tema (cómo se verá el blog); lo puede cambiar tanto como quiera (cool!)
- Escriba su primer post y publíquelo.
- Borre el post “Hello World!” que le da Wordpress
- Edite su nuevo post y agregue un hipervínculo, luego actualice el post.
- Pruebe el link en su blog. ¿Funciona? Si no funciona vuelva al escritorio y arréglo.
- Personalice su menú lateral con [widgets](#). ¡Esto es divertido!

Los recursos para bloggers que usa WordPress.com incluyen [how-to videos](#), en el blog oficial [WordPress.com blog](#), y, lo mejor de todo: el sitio oficial de soporte ([the official support site](#)). Si escribe su pregunta en una gran caja de búsqueda que se encuentra en la parte superior del sitio, le traerá una clara respuesta para casi cualquier pregunta (confíe en mí, lo usé muchas veces).

Se viene el fin de semana. ¿Por qué no tomar una determinación de año nuevo y empezar un nuevo

blog? ¿Qué está esperando? No hay demasiada ciencia. Cualquier periodista puede hacerlo.

Relacionados:

[5 tips for blog beginners](#) (July 17, 2008)

De Paul Bradshaw: [Starting a blog? 12 ideas for blog posts](#)

**Parte 3:** Compre un grabador de audio digital y aprenda a usarlo

Como periodista o estudiante de periodismo debe tener un grabador de audio digital. En algunos casos los grabadores no pueden registrar audio adecuado para ser escuchado on line por otras personas. Entonces lea algunas palabras sobre grabadores de audio digitales— [A few words about digital audio recorders](#) — y piénselo.

Lo que necesita, como mínimo, es un grabador que pueda conectar a la computadora y cargar un archivo de audio que no sea en un formato raro que luego no pueda convertirse a WAV. Si su grabador guarda archivos en WMA, o MP3, o WAV, está bien.

Una de las cosas que descubrí es que muchas personas que utilizan una computadora todos los días no tienen idea acerca de los formatos de archivo. Si eres periodista probablemente sepas que tus archivos de MS Word están en formato DOC (.doc). Tal vez te sea familiar el formato texto plano TXT (.txt).

Bien, los archivos de audio tienen sus propios formatos. Probablemente oyó acerca de MP3 (.mp3) por el iPod, podcasts, Napster, etc. MP3 es un formato comprimido, ahorra espacio en el dispositivo (como el grabador o el iPod) porque un archivo comprimido es más pequeño, esto significa que tiene pocos megabytes. Por ejemplo, si tengo un archivo WAV de 6 minutos, 30 segundos, el archivo pesa: 65.3 MB. Sin editarlo, al convertirlo en MP3, el tamaño del archivo es de: 4.4 MB.

Entonces, los archivos sin comprimir son más pesados. Pero lo recomendable es editar archivos

sin comprimir para tener todos los datos de audio disponibles y sin adulterar. Cuando termine la edición, exporte a mp3.

### **Aprenda a usar el grabador**

Sé que todos los periodistas son “duros” (inclusive las mujeres) y la gente dura nunca lee el manual. Eso es estúpido. El manual que viene con el grabador de audio es corto y simple. Una de las principales cosas que necesita leer es la parte de menú. Cada grabador de audio tiene un menú loco que puede ser un problema para navegar. Ud. necesita configurar las cosas correctamente en esos navegadores y le prometo que le será 100 veces más fácil si lee el manual.

Entonces, configure la fecha y el día, por supuesto, y la calidad de grabación en la más alta posible (*esto es extremadamente importante*). Necesita tener la mejor grabación posible y esta configuración es esencial. Si puede elegir entre grabar en estéreo o mono, elija mono, el tamaño del archivo será menor.

Algunos grabadores, como el Olympus VN-5200PC, tienen diferentes modos de grabar con el micrófono incorporado. En ese modelo, se llama Mic Sense, y las dos opciones son Dict (baja calidad) y Conf (alta calidad). Se puede llamar de otra forma en otros grabadores. Lea acerca de las configuraciones de sensibilidad del micrófono de su grabador y experimente. Póngalo en su cocina por ejemplo, en una esquina y camine alrededor diciendo “Probando 1, 2, 3, probando”. Luego cambie la configuración y haga lo mismo.

Así aprenderá a usar su equipo. Dedíquele tiempo y se dará cuenta de cómo hacerlo.

Cómo periodista, seguramente sabe cómo entrevistar, pero necesita modificar unas pocas pequeñas cosas para lograr un audio limpio que pueda agregarse a una presentación o utilizarse en un podcast.

La forma de sostener el micrófono, o el grabador, puede producir ruidos que interfieren con las palabras de su entrevistado. Póngase cómodo, y

luego no mueva sus dedos, manos o brazos durante la entrevista.

Poner el grabador sobre la mesa también puede producir ruidos desafortunados, si por ejemplo el entrevistado golpea la superficie de la mesa para enfatizar su posición.

Encuentre la distancia apropiada entre el micrófono y la boca del entrevistado. Esto depende de la configuración de sensibilidad (ver arriba).

¿Cómo sabrá si la grabación es limpia? ¡USE AURICULARES! Escuchar a través de los auriculares es la única manera de asegurarse de que su grabador está efectivamente grabando. Use auriculares evítase el mal rato de registrar un audio inservible.

No diga “aha”. El entrevistador debe callarse y escuchar. Aprenda a asentir con la cabeza y sonreír, en lugar de decir “Sí, aha, sí”. Anime visualmente al entrevistado, no con palabras.

Si decide cortar sus preguntas en la edición va a necesitar aprender cómo frasear sus preguntas de manera que el entrevistado le dé una respuesta completa. Especialmente evite los “sí” como respuestas, no va a poder usarlas luego.

El entrevistador siempre sujeta el micrófono. Nunca le dé el micrófono al entrevistado, usted lo debe controlar.

Mantenga contacto visual para evitar que el entrevistado baje su boca hacia el micrófono y sople en él. Si la respiración del entrevistado golpea el micrófono, Ud. oirá “pops” en las P y silbidos en las S.

La práctica hace la perfección, así que no espere que los primeros esfuerzos estén libres de errores, pero mejorará rápidamente. Registrar audio limpio es una habilidad fácil para periodistas gráficos.

Es absolutamente necesario que edite su propio audio, de lo contrario nunca mejorará su técnica de entrevista.

## Tips finales para la entrevista

Hay una técnica simple que yo llamo “las preguntas después”. Esto lo libera de conducir una larga entrevista y grabar todo, sin preocuparse por el ruido de fondo, etc. cuando tiene que tomar notas escritas cuando el entrevistado está hablando.

Cuando termine, pare el grabador. Póngase sus auriculares y empiece una nueva grabación y explíquelo al entrevistado que necesita subir audio a la web y que va a repetir dos o tres preguntas y que la persona responderá como antes (pero no debe preocuparse por decir exactamente lo mismo)

De esa manera, puede rehacer las preguntas que dispararon las respuestas más interesantes o relevantes la primera vez. Hay dos beneficios: 1) Las respuestas del entrevistado frecuentemente son más compactas y organizadas la segunda vez. 2) Su trabajo de edición será más fácil, porque el segundo audio (más corto) le llevará menos tiempo de edición.

### Parte 4: Comience a editar audio

---

Ahora aprenderá cómo subir audio a su computadora, editarlo y exportarlo en un archivo mp3.

### Subiendo el archivo

Primero necesita conectar su grabador a la computadora. Esto debería ser vía USB. Si no hay forma de conectar el grabador (algunos no tienen conector) el mismo es inservible y necesita comprar otro.

**Windows:** Una serie de mensajes aparecerán en la esquina inferior derecha de la computadora hasta que el dispositivo se conecte. A este punto verá una ventana que le preguntará qué quiere hacer. Baje hasta el final y elija “ver archivos y carpetas en el dispositivo”.

**Mac:** la mayoría de los grabadores se montarán como un drive en su escritorio. Haga doble clic en el ícono y verá el contenido del grabador.

Si alguna de las cosas de arriba no pasan, su grabador probablemente no es bueno para este trabajo. Algunos grabadores tratan de descargar software cuando se lo conecta, no los recomiendo.

La mayoría de los grabadores tienen varias carpetas donde se almacenan los archivos de audio. Si el nombre de una carpeta termina en una letra A o el número 1, es probablemente donde están sus archivos (a menos que lo haya cambiado. ¡Lea el manual!)

**Encuentre sus archivos de audio.** Si el nombre del archivo termina con .mp3 o .wma, necesitas convertir esos archivos a wav. Si ya está en .wav obvie este paso. Si está en Windows y no ve la extensión del archivo siga estas instrucciones: ([follow these instructions](#))

**Convierta los archivos.** Para convertir un tipo de archivo de audio en otro, recomiendo la versión gratuita de Switch. Asegúrese de bajar la versión gratuita acá ([here](#)). Funciona en Windows y Mac. Después de que lo descargue debe instalarlo. Diga que no a todas las opciones durante la instalación.

Después de instalar Switch, ejecútelo y arrastre los archivos de audio en la ventana grande y siga estos tres pasos:

- Chequee y asegúrese de saber dónde se va a guardar el nuevo archivo convertido. Hay un menú llamado “Output Folder”, use esto para seleccionar una carpeta en su disco duro.
- Cambie el “Output Format” a **.wav**.
- Seleccione el archivo en la ventana grande (un clic) y luego haga clic en el botón grande de “Convert”.

### Ponga sus archivos y carpetas en orden

Será importante, siempre, mantener todos los archivos para un proyecto de audio en una misma

---

carpeta. No deberá ser una carpeta con otros archivos, así que cree una nueva carpeta y nómbrala algo así como “mi primer proyecto de audio” y luego copie y pegue el archivo .wav en esa carpeta.

Le recomiendo guardar el archivo de audio original en otra ubicación.

### **Breves palabras acerca de su computadora**

Editar es, de hecho, la parte más fácil de todo el proceso. Encontré a un gran número de periodistas gráficos muy poco familiarizados con sus computadoras. No se sienten cómodos descargando archivos, instalando software, convirtiendo formatos, copiando y moviendo archivos. Esto crea un problema enorme, algunos periodistas bloquean sus esfuerzos en aprender habilidades multimedia por su falta de conocimiento básico y fundamental de habilidades informáticas.

Si se siente identificado con esto, entonces necesita ayuda extra. Necesita poder manejar los archivos y otras tareas sin arruinar las cosas. Puede tomar un curso básico o comprar un libro “simple”. Eso es importante, no puede continuar diciendo en el 2009 que no es muy bueno con las computadoras. *Busque ayuda*. La computadora es su herramienta primaria.

### **Instalar el software de edición**

Recomiendo usar [Audacity](#) para editar audio, porque es gratis y open source, y puede usarlo en cualquier computadora (Windows, Mac, o Linux). Escribí 2 diferentes tutoriales de Audacity y puede descargar el pdf. de esta página, bajo el subtítulo “Editing”: [Audio: Journalists' Toolkit](#)

Por favor lea las instrucciones en la página 1 del tutorial, “Super-Fast Guide to Audio Editing.” Es muy importante que lea y siga las instrucciones porque hay dos partes importantes al instalar Audacity. Una parte es la concerniente a algo llamado *LAME encoder*, y les aseguro que el 25% de los periodistas y estudiantes de periodismo

estropean la instalación porque no siguen las instrucciones.

Si tiene problemas con sus habilidades informáticas, busque ayuda. No se excuse diciendo “no soy bueno con las computadoras”. Eso es simplemente inaceptable.

### **Editando el archivo**

Una vez que Audacity está instalado, puede empezar a editar su archivo .wav (¡Por fin!) Todo lo anterior lo tiene que hacer una sola vez.

Empezando en la página 3 del tutorial, “Super-Fast Guide to Audio Editing,” verá paso a paso cómo borrar algo de un archivo de audio, como un entrevistador diciendo “aha o mm”. Es tan fácil como usar Word para editar una oración.

En la página 4 del tutorial verá cómo cortar y pegar audio en diferentes lugares del archivo, como por ejemplo: el entrevistado identificándose. Tal vez esto esté al final del archivo y Ud. quiera moverlo al principio. Es tan fácil como usar Word para cortar y mover de lugar una oración.

Cuando está trabajando con un archivo de audio, va a guardar varias veces un “archivo de proyecto”. Recuerde guardar todos los archivos de un proyecto en una carpeta (tal vez la llamó “mi primer proyecto de audio”). La primera vez que guarde el archivo de proyecto de Audacity asegúrese de hacerlo en esa carpeta, la misma que contiene ya el archivo .wav.

Si mantiene la carpeta intacta y guarda todas las partes del proyecto en ella, entonces el proyecto será portable. Ud. puede copiar la carpeta, no su contenido, y llevarla a una diferente PC si lo necesita y va a funcionar. Pero si guarda los archivos en cualquier lugar, su proyecto de audio no podrá ser transportado.

### **Algunos tips para editar:**

- Use auriculares, nunca edite audio usando los parlantes de la computadora.
- Corte todos los “ajá... mm”

- Corte su voz haciendo las preguntas.
- Arregle las oraciones para hacer una historia o anécdota coherente.
- Asegúrese de no cambiar o distorsionar el sentido del mensaje (al igual que en el periodismo gráfico, por supuesto) preserve lo que el entrevistado intentó expresar en todos los casos.
- No corte demasiado “aire muerto” entre dos oraciones. Eso suena poco natural.
- No corte abruptamente los finales, deje un pequeño aire muerto al final.

### Exportando el archivo .mp3

Para exportar el archivo a .mp3 el *LAME encoder* debe estar instalado. Siga las instrucciones arriba bajo el subtítulo “instalando el software de edición”.

Las siguientes instrucciones asumen que LAME está instado y localizado por Audacity para ser usado en la computadora.

- Guarde el archivo de proyecto de Audacity (.aup) una última vez.
- Chequee las configuraciones de exportación de Audacity (vea el tutorial [http://www.jtoolkit.com/audio/Audacity\\_Guide.pdf](http://www.jtoolkit.com/audio/Audacity_Guide.pdf)). Si no se setea bien el archivo .mp3 no va a funcionar en Flash o Soundslides.
- File menu > Export for MP3. Por favor ponga atención dónde está guardando este archivo y cómo lo nombró. (¡Dentro de la carpeta donde están sus otros archivos de proyecto de audio sería un lugar muy inteligente para guardarlo!)

Si pudo seguir con este plan, tiene un buen archivo de mp3 que puede ser subido a la web o reproducido en QuickTime, iTunes, Windows Media Player, etc.

### Parte 5: Escuche podcasts

---

Ahora voy a animarlos a invertir tiempo en oír buenas historias de audio, porque mientras que el periodismo es el mismo a través de todas las

formas de presentación y todas las plataformas de publicación, la manera en que contamos las historias necesita ser apropiada al medio de difusión.

Los periodistas de radio del estilo de *National Public Radio* ofrecen los mejores ejemplos de cómo transportar a sus oyentes, llevarlos dentro de la historia y proveerles la experiencia del lugar, la situación y las personas de la historia

Suelo burlarme de la gente que delira sobre los podcasts. Todos los podcasts que escuché hasta ahora, son o aburridísimos o igual que la radio (¿y dónde está lo nuevo?). Perdí tiempo buscando ejemplos y escuchando un número de terribles podcasts producidos por reporteros de diarios que sonaban como si estuvieran leyendo (y con alguien retorciéndole los brazos en la espalda mientras lo hacían).

Pero gradualmente, descubrí algunos podcasts independientes que realmente disfruté. Escribí sobre esto en un post anterior -[an earlier post](#)- y recomendé estos dos podcasts (de paso, en ninguno de ellos hay historias periodísticas).

**Coffee Break Spanish:** Aprende a hablar español mientras toma un latte por día.

**SCTRCST (Scootercast):** Más o menos una vez por semana, DaveM habla sobre scooters – esos vehículos de 2 ruedas más pequeños que una motocicleta y más grandes que un moped-

Me urge que tomen nota de cómo se promocionan y archivan. Podcasting no es tan sólo sentarse, tomar un micrófono y hablar.

Para los periodistas que no tienen salario o casa corporativa, desarrollar un podcast (junto a un blog, por supuesto) les proveerá los cimientos para una nueva carrera *free lance*.

Antes de llegar a los ejemplos de radio periodismo, señalo otros dos podcasts exitosos.

The Digital Story: Tips y técnicas de fotografía digital de Derrick Story. Mi colega Craig ama este podcast, él es un fotógrafo amateur.

Buddhist Geeks: Otro producto de nicho verdadero, este podcast presenta a profesores y escritores budistas americanos, siendo entrevistados por varios anfitriones de la red.

Personal Life Media: quienes acarrean una variedad de show podcasts.

No digo que deba sentarse hoy y planificar una carrera en podcasting, pero sí veo en los podcasts otra forma de periodismo para fortalecer habilidades multimedia. Particularmente si Ud. es una persona que frecuentemente dice: “no soy muy bueno con las tecnologías”.

### **Formas de escuchar podcasts (sin un iPod)**

Muchos piensan que se necesita un iPod para escuchar podcasts. No es verdad. La mayoría de los sitios de podcasts tienen un botón de “escuche ahora” y todo lo que necesita es un par de parlantes decentes conectados a su computadora o auriculares. No necesita suscribirse, sólo elija un episodio y comience a escuchar. No necesita descargar nada.

Otra concepción errónea es pensar que el software iTunes es solamente para dueños de iPods. ¡Tampoco es verdad! Cualquiera puede descargar iTunes gratis en una PC o Mac. Esta simple guía -This simple guide- muestra cómo suscribirse a podcasts en iTunes, que recomiendo porque hace todo el trabajo de proceso. Ud. setea una suscripción, y cada vez que abre el iTunes, el programa descarga el último episodio para usted.

Esta página de Apple -This page from Apple- puede ayudarle a resolver cualquier pregunta que pueda tener usando iTunes.

Uno de los mejores momentos para los norteamericanos para escuchar podcasts es cuando manejamos. Otra vez, la gente que no tiene iPod u otro reproductor mp3 piensa que no puede hacerlo. ¡Errado otra vez! Puede copiar un CD desde iTunes y no necesita otro equipamiento

que el reproductor de CD que está en su auto. Apple tiene una página de ayuda -a help page- para usuarios de Windows que tienen problemas para grabar un CD.

### **El mejor radioperiodismo**

Ahora veamos la forma de encontrar grandes historias de audio para escuchar. National Public Radio ofrece toda su programación, más los programas de otras entidades de radio pública a través de una cómoda web: NPR Podcast Directory. Algunas de las mejores historias periodísticas pueden encontrarse en Driveway Moments, un título que sugiere la clase de historias que Ud. simplemente no puede apagar cuando llega a su casa y está sentado en el auto en el garage.

Otra fuente de maravillosas historias es This American Life. El último episodio siempre es gratis de bajar del sitio web y lo puede escuchar desde el archivo, pero bajar los episodios viejos cuesta 95 centavos cada uno vía iTunes. Si se suscribe a iTunes, tendrá cada episodio gratis y lo podrá escuchar donde sea y cuando tenga tiempo.

Para información adicional sobre cómo hacer grandes historias en audio, le recomiendo el libro Sound Reporting: The NPR Guide to Audio Journalism and Production (2008). A diferencia de la mayoría de los textos de periodismo y entrevistas hablan a los lectores como si ya fueran periodistas e inteligentes. Y es todo acerca del trabajo, acerca del periodismo.

Finalmente, los mejores 17 minutos que Ud. pasará pensando en cómo contamos historias:

- Ira Glass on Storytelling #1 (5:23)
- Ira Glass on Storytelling #2 (4:02)
- Ira Glass on Storytelling #3 (5:19)
- Ira Glass on Storytelling #4 (2:46)

Estos videos están en YouTube mientras Glass (anfitrión y productor ejecutivo de This American Life) no está hablando acerca del podcasting per se, está hablando francamente (y con mucha

experiencia) sobre cómo un periodista registra buen audio y lo transforma en una historia real.

Y eso, después de todo, es mágico, algo maravilloso que los periodistas gráficos necesitan aprender a hacer.

#### **Parte 6:** Postee una entrevista (o podcast)

---

Ahora le mostraré como poner audio en su blog. ¿Puedo hacerlo? Sí, puede. Necesita el archivo mp3 que creó (no viole las leyes de copyright usando música ya grabada).

Suba el archivo mp3 a un servidor web (abajo más información sobre esto, nunca tenga miedo).

Cree un nuevo post y embeba el mp3 en un reproductor. a) Si su blog está en **WordPress.com**, aquí hay simples instrucciones ([simple instructions](#)). b) Si tiene un blog de Wordpress **self-hosted** instale [this WP plug-in](#). c) Si su blog está en otro lado vea este tutorial, ([see this tutorial](#)). (Perdón, no puedo ayudarte con eso.)

En cuanto al hosting, puede guardar sus archivos mp3 en WordPress.com si paga por el privilegio. Pero, para un primer esfuerzo, puede subirlo a un servidor gratuito. Sólo necesita la URL del archivo mp3 después de que esté on line en el servidor web.

Si no tiene idea de lo que estoy hablando, puede empezar en [WebNG](#), un servicio de servidor web gratuito. Aquí hay detalles acerca del servicio - [details](#) - . Después de registrarse para una cuenta y loguearse, debe ir a WebNG "File Manager." (hay un botón) Desde ahí, puede subir su archivo directamente (todo se hace desde la página web). Y la URL será algo como esto:

**<http://yourusername.webng.com/nameofaudiofile.mp3>**

Después de que subió el MP3 al servidor y tiene la URL, puede escribir su post y embeber el reproductor de audio en el post (como lo expliqué en el No. 3 — a, b, o c).

#### **Parte 7:** Aprenda a sacar fotos

---

Ahora explicaré como mejorar sus habilidades como fotoperiodista (asumiendo que Ud., no lo es). Cada periodista debe ser capaz de capturar una foto decente en una situación de primicia noticiosa. Ud. puede ser el único periodista en la escena. Seguramente, hoy en día habrá 100 personas con teléfonos celulares con cámara en la escena también, pero debería ser Ud. el que capture la imagen de primera plana que luego será tomada por Reuters o AFP para enviarla alrededor del mundo.

Ser capaz de capturar buenas imágenes puede mejorar sus habilidades de cuatro formas:

- Puede combinar buenas fotos con audio y producir presentaciones (algunos clientes pagan buen dinero a los freelancers por esto).
- Practicar cómo obtener buenas imágenes fijas, lo hará un mejor registrador de videos. Es más rápido y fácil aprender buena composición registrando imágenes fijas.
- Ganará nuevas perspectivas en sus historias. Desarrollar su ojo para buscar una buena imagen, también lo lleva a aspectos de la historia que se le pudieron perder en el pasado.
- Obtener un buen set de fotos de una historia lo hará mejor socio cuando trabaje con un fotoperiodista. Su apreciación por lo que esa persona hace mejorará su cooperación, resultando una mejor historia.

#### **Su cámara**

Ud. no necesita una cámara grande y cara para capturar buenas imágenes. La mayoría de los fotoperiodistas le dirán, de hecho, que la cámara no importa. Es la persona la que consigue una buena toma, no el dispositivo. Por supuesto, una toma borrosa o totalmente oscura es inútil, pero la mayoría de las tomas *amateurs* claras, enfocadas y bien iluminadas también son inútiles porque tiene una composición pobre (más sobre esto abajo).

No puede lograr la toma si la cámara está en su casa. Uno de los beneficios de las cámaras “point and shoot” es que las puede llevar consigo siempre, asegúrese de hacerlo. No deje su casa sin ella.

**Lea el manual:** el modo automático trabaja bien, pero puede mejorar mucho sus chances de tomar una toma buena y clara en toda clase de condiciones de luz, si aprende cómo trabaja su cámara en modo manual. Muchas de estas cámaras tienen 3 diferentes grupos de configuraciones que afectan luz y velocidad de movimiento:

- Condiciones con nombres como: “playa”, “nieve” y “noche”
- ISO — por ej. 100, 200, 400, 800
- Tipo de luz como: sol, nubes, incandescente y fluorescente.

Para aprender a usar estos modos, EXPERIMENTE. Use el manual de la cámara para darse cuenta cómo configurarlos y salga a usarlos. Saque 500 fotos en el partido de fútbol de su hijo. (NO USE flash). Ud. aprenderá mucho acerca de lo que su cámara puede hacer.

Si va a comprar una cámara nueva, hay algunos modelos acordes aquí [-here-](#). Mire las especificaciones de fábrica y asegúrese de que la cámara cumpla o exceda estas características:

- 7 megapixels o más
- Estabilización de imagen (esencial)
- Video a 640 x 480 a 30 fps (absolutamente esencial); el video debe incluir audio
- 3x de zoom ÓPTICO o más
- Salida USB 2

Asegúrese de comprar una tarjeta de alta velocidad SD de 2 GB (gigabyte) o más.

### Qué debe aprender

Poner al sujeto de la foto en el centro de la foto, todo amateur lo hace. Los fotógrafos profesionales casi nunca lo hacen. Así que el primer gran paso para mejorar sus imágenes es

aprender acerca de composición. Aquí hay 7 lecciones simples:

- [Introduction](#)
- [Simplicity](#)
- [Rule of Thirds](#)
- [Lines](#)
- [Balance](#)
- [Framing](#)
- [Avoiding Mergers](#)

Es todo acerca DÓNDE y CUÁNDO aprieta el botón, casi todos los fotoperiodistas le van a decir eso.

Lo que separa a los grandes de quienes quieren serlo, es que los grandes se dan cuenta dónde pararse, y casi por instinto, -pero realmente es cuestión de práctica, práctica y práctica- saben cuándo apretar el botón.

El tutorial de la Digital Photography School tiene muchos tutoriales claros para fotografiar en situaciones específicas como: [Clear tutorials for shooting in specific situations](#), [Tips for Better Candid Photography](#) y [How to Photograph in Direct Sunlight](#).

### Aprenda de los ejemplos

Se debe un curso de fotoperiodismo. Pienso que debe ser una de las inversiones más disfrutables que alguna vez hará en su carrera. Aquí están mis fuentes favoritas de ejemplos que podemos estudiar:

[The Week in Pictures](#) de MSNBC— Un nuevo set de 10 fotos cada semana, seleccionadas por fotoeditores asombrosamente talentosos.

[Magnum Photos](#) — una amplia variedad de historias fotoperiodísticas y fotográficas, gratis para ver on line.

**Photojournalism: The Professionals' Approach**, 5ta edición. Focal Press. US\$8 y más de Ken Kobre (2004). Hay una edición más nueva, pero la vieja es barata y con ejemplos fantásticos y consejos. Mire en [Amazon.com](#) para copias usadas.

## Practique, pratique, pratique

Luego en esta serie llegaremos al video, pero antes, realmente tiene que trabajar en sus habilidades visuales básicas con una seria práctica en fotografía.

Saque muchas fotografías de cada cosa que considere valiosa de fotografiar. Partiendo de que el fotoperiodismo es la vida real y no una pose, los sujetos estarán moviéndose y cambiando. Parte del truco de sacar buenas fotos es sacar muchas más fotos de que las que sacó en sus vacaciones de verano. Muévase arriba, abajo, derecha e izquierda. Párese en una silla, tírese en el piso, fotografíe en medio, cerca y súper cerca. Tome primerísimos primeros planos de detalles (esto funciona bien en slideshows).

Si trae 10 ó 20 tomas de una acción de una persona, un perro, etc. las chances son de que sólo una de esas imágenes será muy buena.

Le digo a mis estudiantes que siempre tomen por lo menos 10 fotos de cada persona que están fotografiando. Cuanto más tiempo esté Ud. parado ahí disparando fotos, es más factible que la gente lo ignore, entonces relájese y actúe natural. ¡Click! Esa es tu oportunidad.

**Parte 8:** Aprenda cómo cortar, tonalizar y optimizar fotos

Ahora explicaré principios básicos de edición fotográfica para uso on line. No se manejan exactamente igual las fotos para gráfica que para web.

Primero, necesito destacar que Photoshop es el software estándar de la industria para edición de fotos. Si Ud. es un estudiante de periodismo, debe aprender a usar Photoshop. Aunque no lo tenga (es bastante caro, inclusive en precios para educación) debe ir a una computadora de un laboratorio que lo tenga y aprender. Las buenas noticias son que no debe aprender las millones de cosas que se pueden hacer con Photoshop. Siempre digo que los fotoperiodistas saben más acerca de lo que Photoshop puede hacer de lo que

yo nunca aprenderé, porque es su herramienta de software primaria, y la usan cada día.

Dicho esto, es posible hacer tareas básicas de fotoedición con otro software. Hablaré de Picasa a continuación, un programa gratuito de Google ([see information](#)) que está disponible para Windows, Mac, y Linux. Otra buena opción es [Gimpshop](#), que trabaja parecido a Photoshop y es completamente legal y gratis ([background: Wikipedia](#)). También trabaja en Windows, Mac, y Linux.

## Cosas que debe saber hacer

**(1) Cortar:** esto es cortar alrededor de la mejor parte de la foto y tirar el resto. En la mayoría de las aplicaciones de software hay una herramienta que se llama “crop”. Seleccione, haga clic y arrastre, y habrá un rectángulo dentro de su fotografía. Luego, haga doble clic (usualmente) y la parte exterior será eliminada. Los profesionales no deben cortar cada foto, ellos intentan captar exactamente lo que debe estar en el cuadro!

Aquí un tutorial usando la herramienta de cortar: [using the Crop tool in Photoshop](#).

**(2) Tonalizar:** Muchas veces la imagen es muy verde, muy roja, muy brillante o muy oscura. Nuestra ética de periodistas nos dice que representemos la realidad lo más fiel posible, pero nosotros sabemos que la escena fotografiada no era realmente tan verde o tan oscura –la cámara hizo lo que quiso-. En la mayoría de los programas de edición podemos hacer ajustes a la imagen para acercarnos a la realidad. Mucha gente sabe acerca de los controles de contraste y brillo en estas aplicaciones, pero tendrá mejores resultados si aprende cómo trabajan los niveles “levels” en Photoshop.

Un buen tutorial para ajustar el color y el tono de una foto: [Adjusting the color and tone of a photo](#). Es bastante sofisticado pero le ayudará a entender cómo usar los niveles en Photoshop.

Este tutorial explica como “capear” y “quemar” (*dodge y burn*) ([how to dodge and burn](#)), otro aspecto para corregir fotos. Necesita usar estas herramientas con gran cuidado en fotoperiodismo para no cambiar sustancialmente la imagen de lo que era.

Y, para entender la ética para editar fotos periodísticas aquí hay un Código de Ética de la National Press Photographers Association.-([Code of Ethics](#)).

**(3) Cambiar el tamaño (resizing):** una foto de una cámara de 7 megapíxeles puede tener una dimensión de impresión de 10x8 pulgadas. Pero las pulgadas no dicen nada on line. Lo que necesita ver es el alto y el ancho en pixels.

Los pixels determinarán si la imagen se ajustará bien a una página web. Generalmente no puede usar una foto más ancha que 1.000 pixels — que es la resolución de pantalla de la mayoría de los usuarios de la web. Antes de cambiar las dimensiones en pixels, necesita cambiar la resolución misma de la imagen. La resolución para imprimir puede ser 180, 300, o 600. La resolución on line es de 72 ppi (pixels/pulgada).

Después de corregir la resolución (72 pixels/inch), cambie el ancho (para las fotos horizontales) o el alto (para las fotos verticales). Ancho máximo: 1.000 pixels. Alto máximo: 550 pixels. Aquí hay un buen tutorial: [Resizing correctly in Photoshop](#).

**(4) Enfocar (Sharpening):** Luego de que cambió el tamaño de la imagen, puede ver que aparece un poco distinta y debe ajustar lo que ve. La mayoría de los programas de edición de foto tienen un filtro o caja de diálogo que le permite mejorar el ajuste de la imagen. Este efecto puede ser mal utilizado y puede hacer la foto artificial. Pero si lo usa adecuadamente, los filtros de ajuste pueden realmente mejorar una foto.

Aquí hay un buen tutorial sobre efectos de ajuste [Photoshop sharpening effects](#). (Nota: las otras dos buenas opciones en Photoshop son Unsharp Mask y Smart Sharpen.)

---

**(5) Guardar formatos optimizados:** El formato de archivo para fotos on line es JPG (extensión .jpg). Pero guardar como JPG no es suficiente. El JPG puede ser guardado en calidad media, alta o máxima y el peso resultante del archivo será mayor para la máxima calidad. El resultado final no es visible para el usuario web, esto significa que la foto no se arruinará en calidad medium, pero el peso sí, y por ende el tiempo de descarga de todo el sitio. Sería grandioso que Ud. elija *medium* en lugar de *máximo*.

Frecuentemente (pero no siempre) usamos la opción de Photoshop “Save for Web” (guardar para web) cuando tenemos una foto destinada al on line. La única excepción es cuando queremos preservar la toma, créditos e información de copyright embebida en el mismo archivo JPG \*. La razón de porqué la opción “Save for Web” guarda un archivo mucho más pequeño es simplemente porque borra todo, excepto los datos de imágenes. Esto es lo que queremos para la mayoría de las imágenes web.

Si va a usar fotos en una presentación como Soundslides, necesita mantener esos datos textuales. El tamaño de su imagen será mayor. Por ejemplo “Save for Web” producirá un archivo de 40 KB y guardando simplemente un JPG puede producir un archivo de 120 KB de la misma foto con el mismo ancho y alto en pixels. Esto puede agregar mucho peso innecesario de descarga en una página que muestra 20 fotos en miniatura (thumbnails), por ejemplo.

Alguna información sobre la opción [“Save for Web” en Photoshop](#).

\*Abra el menú de archivo de Photoshop y seleccione “File Info” para ver esta información . Obtendrá una caja de diálogo donde puede ver, agregar y editar datos como el autor de la foto, descripción e información de copyright y más.

### Usando Picasa

Picasa provee sólo herramientas simples de edición pero deja hacer el trabajo, y es muy fácil de usar. Además, Picasa le ofrece una forma no

---

invasiva de manejar todas las imágenes y videos en su computadora. Esto es, provee un sistema automático de organización que no cambia el lugar donde guardó las fotos o el nombre o cómo las organizó (tengo más de 3.000 fotos en mi MacBook, y Picasa las catalogó en 15 minutos!)

Puede descargar Picasa desde acá ([from this page](#)). Hay un buen video introductorio para usuarios de Windows ([for Windows users](#) (5:02) y otro para usuarios de Mac ([for Mac users](#) (2:29). El video para Mac explica por qué preferir Picasa en lugar de iPhoto (No use iPhoto; en mi opinión, es molesto).

### Organizando fotos

Debe asegurarse de nunca sobrescribir sus fotos originales después de editarlas ¿Por qué? Las versiones editadas para web serán chicas y no servirán para imprimir o para otra cosa. Lo que se va, se va. Así que le sugiero “guardar como” al principio, cuando comienza a editar una foto. Esto creará una nueva copia dejando el original sin tocar.

Picasa tiene un botón “Export”. Si lo usa, le da la opción de cambiar el tamaño eligiendo ancho y alto en pixels. La foto optimizada se guarda en una nueva carpeta creada por Picasa, preservando el original.

Otra práctica inteligente es tener un sistema maestro para guardar fotos. Si usa Picasa u otro administrador de fotos, la forma en que tiene sus fotos en su disco duro puede hacer fácil (o difícil) hacer un respaldo de fotos para guardarlas y para encontrar sus imágenes meses o años después de que las guardó.

Aunque algunas de mis carpetas tienen nombres tan poco específicos como “Febrero 2009”, trato siempre de hacer carpetas para viajes, conferencias, vacaciones, eventos y así. No hay necesidad de renombrar fotos individuales, sólo almacénelas en carpetas con nombres apropiados en su disco duro.

Finalmente, seleccione sus fotos, pero hágalo inteligentemente. Los fotoperiodistas profesionales borran un gran número de fotos de la cámara antes de bajarlas a la computadora. Yo no hago eso. Sólo bajo todo, porque generalmente no saco cientos de fotos en un día como lo hacen los profesionales, pero me tomo el trabajo de borrar las absolutamente perdedoras después de que las subí.

### Parte 9: Agregue fotos a su blog

---

Ahora que tiene algo de práctica editando fotos, es tiempo de que postee una en su blog (vea la Parte 2). La mayoría de las plataformas de blogging (ej. WordPress, Blogger, TypePad — curioso acerca de las plataformas más populares? Lea esto ([Read this](#))- hacen muy fácil insertar una foto.

Entonces, ¿qué hay para aprender? Primero, necesita saber cómo insertar una foto en su propio blog. En la mayoría de las plataformas, encontrará un pequeño botón o ícono arriba del área donde escribe su post. En WordPress, por ejemplo, Ud. verá las palabras “Upload/Insert,” e inmediatamente a la derecha de esas palabras un título rectangular que dice: “Add an Image.”

El siguiente paso implica una decisión: ¿subirá una foto desde su computadora o copiará la URL de una foto que ya está on line?

Ud. puede elegir subir una imagen de su computadora como la forma más fácil de hacerlo. Pero considere: ¿dónde estará cargada esa foto? ¿Quién controla el almacenamiento de ese archivo de imagen? Y si alguna vez en el futuro quiere mover su blog de plataforma, o simplemente a una nueva URL, ¿qué va a pasar con las imágenes cargadas en su blog original? Estas preguntas son importantes si Ud. es fotoperiodista.

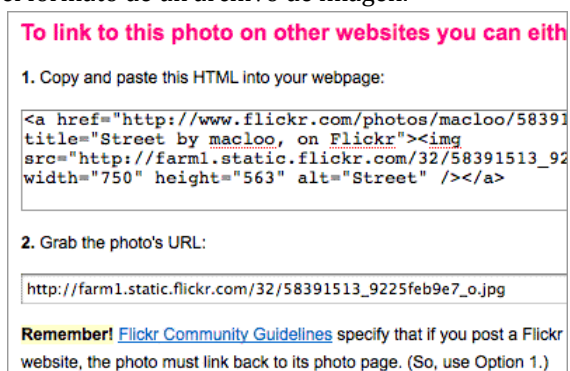
Entonces, le sugiero que tome el control del almacenamiento de sus fotos on line y suba sus fotos a un espacio en la web que pueda controlar. Entre muchas opciones, le sugiero que cree una cuenta en Flickr – ([make an account on Flickr](#))-

---

puede subir fotos, escribir títulos y organizarlas en una cuenta gratuita u obtener opciones adicionales por una cuota anual de suscripción.

Si está logueado a Flickr, vaya a una foto individual y haga clic en el link "All Sizes" arriba de la foto ([see example](#)). Ud. irá a una página que le provee un link directamente a la foto, no a la página web que contiene esa foto.

Necesita tener la URL que apunta directamente al archivo de foto, vea abajo del número 2 abajo. El nombre del archivo terminará en **.jpg** porque es el formato de un archivo de imagen.



**To link to this photo on other websites you can either**

1. Copy and paste this HTML into your webpage:

```
<a href="http://www.flickr.com/photos/macloo/58391513_9225feb9e7_o.jpg" title="Street by macloo, on Flickr"></a>
```

2. Grab the photo's URL:

```
http://farm1.static.flickr.com/32/58391513_9225feb9e7_o.jpg
```

**Remember!** [Flickr Community Guidelines](#) specify that if you post a Flickr website, the photo must link back to its photo page. (So, use Option 1.)

Si tiene un espacio web en un servidor, con un servicio de hosting, por supuesto, puede subir sus fotos mediante FTP y controlar sus URLs. (Curioso acerca de opciones de hosting web lea esto ([Read this.](#)) Pero si quiere quedarse con cuestiones gratuitas Flickr es su mejor opción para manejar sus fotos on line.

### Palabras importantes acerca de usar las fotos de otras personas

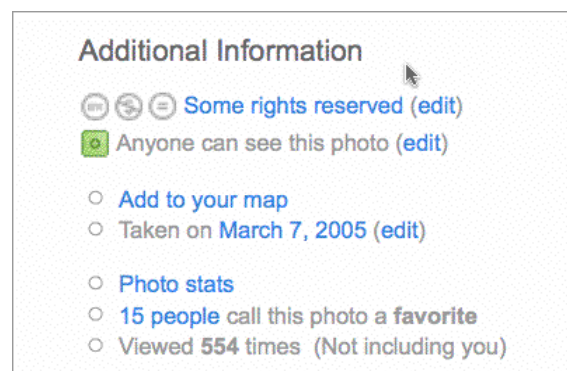
Las leyes de copyright de Estados Unidos no aplican a todas las imágenes que ve en la web, o a cualquier página web. Entonces, no está bien copiar una imagen o foto de un lugar en la web y usarlo en su blog. No está bien tampoco inclusive si Ud. pone un link a la foto original y/o los créditos de la foto. Esto no constituye permiso del dueño de la foto.

De hecho en [U.S. Copyright Office bluntly dice](#): "Dejar saber la fuente de material con copyright no es sustitución de obtener permiso"


---


La imagen no necesita tener un símbolo de copyright para tener esta protección. Todos los trabajos publicados están automáticamente protegidos por esta ley y esto incluye todas las imágenes on line.

Algunas personas han elegido permitir el uso limitado de sus trabajos publicados en la web, esto es, le dan su permiso adelantado. Lo hacen posteando una licencia Creative Commons ([a Creative Commons license](#)); en Flickr, por ejemplo, verá este link debajo de las etiquetas en la parte derecha de una foto individual:



**Additional Information**

 **Some rights reserved** ([edit](#))

 **Anyone can see this photo** ([edit](#))

[Add to your map](#)

[Taken on March 7, 2005](#) ([edit](#))

[Photo stats](#)

[15 people call this photo a favorite](#)

[Viewed 554 times](#) (Not including you)

Si alguien agregó la licencia Creative Commons a una imagen on line, Ud. está habilitado a usarla en la manera especificada por la licencia. Hay diferentes tipos de licencias Creative Commons, algunas por ejemplo autorizan a modificar el material, otras lo prohíben.

### Linkeando fotos en su blog

En el cuadro de diálogo desde donde se sube la foto o se pega la URL del archivo de imagen, encontrará una opción que provee un enlace URL. Esta URL es diferente a la de la foto.

La URL de la foto le dice al blog dónde reside su archivo de imagen, en línea. El enlace URL le indica la página web que se abrirá cuando el usuario haga clic en la foto del post. Obviamente la foto puede linkearse a algo relacionado con la foto. Si usa la foto de otra persona, es adecuado proveer un enlace a la página original donde esa foto aparece.

¿Cuándo debería linkear una imagen y cuando no? Creo que es lógico linkear en la mayoría de los casos. Primero, siempre es bueno linkear a la fuente original. Segundo, si capturó un detalle en zoom in, es realmente apropiado linkear a la imagen completa. Tercero, si hay más información acerca del contenido de la imagen o el fotógrafo, puede linkear a eso.

En síntesis, si se le ocurre una buena razón para linkear la foto a otra página web, hágalo. Pero siempre asegúrese que su “buena razón” esté agregando algo en beneficio del usuario. No use enlaces que puedan confundir o molestar a los usuarios.

#### **Parte 10:** Aprenda a usar Soundslides

---

Ahora voy a introducirlos a Soundslides, un barato (no gratis) programa para crear presentaciones en Windows o Mac.

Por favor, no piense que Soundslides le llevará mucho tiempo de aprendizaje. Es mucho más simple de lo que imagina. ¿Puede contar con una hora, o tal vez 90 minutos? Es suficiente, ya lo verá.

El primer paso será ir al sitio de [Soundslides](#) y bajar una de las versiones del programa. En el costado izquierdo de la página verá cuatro enlaces de descarga y versiones Soundslides Plus: (1) Mac, (2) Windows. Regular Soundslides, (3) Mac, (4) Windows. Elija una y descárguela. Funcionará normalmente tan pronto la instale y luego puede comprarla más adelante. A pie de página puede leer: “Which edition is right for me?”. Lo ayudará a elegir entre Plus y regular.

Soundslides no produce archivos de video, no puede importar un video a Soundslides. Es una herramienta simple que construye simples presentaciones de imágenes y audio, eso es todo. Pero es bastante, especialmente porque Soundslides es ridículamente fácil de usar.

#### **Antes de empezar**

Soundslides no puede usarse para editar fotos (vea Parte 8), y no puede utilizarse para editar audio (vea Parte 4). Esto significa que necesitará tener sus fotos seleccionadas y editadas antes de empezar a trabajar en Soundslides. También necesitará tener un archivo final terminado de MP3 file con [los seteos correctos de audio](#) antes de empezar a trabajar en Soundslides.

Tenga todas sus fotos para la presentación cortadas, rotadas, tonalizadas y guardadas en una carpeta que no tenga otras fotos. Deben estar en formato de archivo .jpg (no puede editar las fotos dentro de Soundslides).

Tenga su archivo de **MP3 finalizado**. (No podrá editar audio dentro de Soundslides). Note que la longitud de su archivo de mp3 determinará la longitud de la presentación. Esta es la parte que hace que Soundslides sea una herramienta simple. Si su audio dura 1 minuto y 25 segundos, ese es el tiempo que durará su presentación.

Otra cosa a considerar es si tiene suficientes fotos, o no tantas, para igualar la longitud del audio. Una buena regla sobre presentaciones con audio es usar una imagen cada 5 segundos. Usted podrá cambiar esto mientras trabaja con Soundslides, pero usar esta guía le ayudará a decidir cuántas fotos necesitará editar (si conoce la longitud del audio) y saber, por ejemplo, si tiene muy pocas fotos.

Una presentación de 60 segundos necesita más o menos 12 fotos y una presentación de 2 minutos, 24 fotos. ¡Si tiene muy pocas fotos, los usuarios se aburrirán! No es necesario que sea rígido acerca de la regla de los 5 segundos, pero tenga en cuenta que después de 6 ó 7 segundos en una sola imagen, el usuario comienza a perder interés y abandona. El otro extremo es ver flashes de fotos pasando muy rápido y es igualmente insatisfactorio para la gente que mira su presentación.

#### **Empiece ahora**

Si tiene un MP3 y una docena de fotos (asegúrese de que las fotos están guardadas en una carpeta), está listo para empezar.

- Ejecute Soundslides y nombre su Nuevo proyecto (más de esto abajo). Seleccione la opción “Custom”: elija el ancho y el alto de la presentación en base al tamaño de sus fotos.
- Importe sus fotos (click en el gran botón JPG, y luego Soundslides le muestra la carpeta que tiene sus fotos).
- Importe el archivo de audio (click en el gran botón SND y entonces Soundslides mostrará dónde se encuentra su MP3).
- Y ahora, está listo para poner las fotos en orden para que se ajusten al audio. Sólo arrastre y suelte los thumbnails de la derecha para alinearlos. Use el control de play en la parte inferior para revisar los resultados. Haga click en el botón Save para guardar su trabajo.
- Para modificar la duración de cualquier foto, vaya a la línea de tiempo en la parte inferior de la ventana. Use el mouse para agarrar la línea de borde entre dos fotos. Arrástrela a la izquierda o a la derecha para hacer la foto visible por más o menos tiempo (thumbnail ancho: más tiempo. Thumbnail angosto: menos tiempo.) **Save** y **Test** para ver los resultados.

### Subtítulos, información de créditos y títulos

Se controlan en las pestañas superiores derechas de Soundslides. Para escribir subtítulos de cada foto, haga clic en la pestaña **Slide Info**. Los botones Back y Next lo dejan moverse a cada una de las fotos para que pueda escribir.

Para escribir un título para el slideshow y/o incluir los créditos, click en la pestaña **Project Info**.

Para volver a editar el orden de las imágenes y el tiempo, click en la pestaña **Slides**.

### Publicando su presentación en la Web

En el sitio de Soundslides vea: [Uploading a slide show to a Web server using an FTP client](#) (subir un slideshow a la web usando un cliente FTP). Ya sé, ya sé –algunos de Uds. nunca vieron la abreviación FTP antes en su vida. No entre en pánico, significa **file transfer protocol**, (protocolo de transferencia de archivos) y realmente, simplemente significa “subir” (upload). El manual Soundslides recomienda un programa de FTP llamado FileZilla; yo prefiero FireFTP (ver [tutorial](#)), realmente no hay diferencia.

Si trabaja para una organización que tiene un staff de producción Web, simplemente copie la carpeta **publish\_to\_web** que genera Soundslides y entréguela al productor web que lo subirá por Ud. De todas maneras si el productor web estuvo viviendo en una cueva por 5 años nunca escuchó acerca de Soundslides, necesitará utilizar su empatía para subir esa carpeta completa. La carpeta puede ser renombrada, pero no se puede tocar nada dentro de ella (una excepción: el archivo **index.html** puede ser editado o reemplazado por alguien que sepa HTML.) Si sube sólo un archivo de toda la carpeta no funcionará.

Hay mucha más información sobre cómo subir (publicar) su presentación en el sitio de Soundslides: [Publishing](#).

### Tips para mantener su trabajo seguro y organizado

- Nombre y guarde la “carpeta del proyecto” cuidadosamente. Sepa donde la guardó y el nombre que le dio.
- No se olvide de guardar (save) y exportar (export) el Soundslides.
- La carpeta **publish\_to\_web** debe ser subida entera en la Web.
- Mantenga la carpeta del proyecto intacta en caso de que necesite hacer cambios en la presentación después. Si todo lo que tiene es la carpeta **publish\_to\_web** no podrá editar la presentación.

- **Agregando y borrando fotos** después de la importación inicial: esto puede hacerse (Pestaña **Slides**: click +Add Image, o arrastrar a papelera abajo a la derecha), pero si ya había arreglado los tiempos, esto lo alterará y tendrá que ajustar todo otra vez. Es trabajo extra, lo mejor es tener las fotos exactamente elegidas antes.
- **Cambiar el audio**: Puede reemplazar el audio que importó por uno diferente (o uno actualizado): click en la pestaña **Audio** y verá cómo. Pero tal como agregar o borrar fotos después de la importación inicial, reemplazar el audio borrará todos los ajustes de tiempo que hizo.
- Vea los foros de Soundslides ([Forums](#)) para tips, ayuda y ejemplos. El manual de usuario de Soundslides ([Soundslides user manual](#)) está on line.

Soundslides usa [Flash player](#), que es un plugin de los navegadores que la mayoría de los usuarios de Internet tienen. En otras palabras, la mayoría de las personas no necesitarán descargar nada para ver su presentación en la Web.

Hay muchos ejemplos on line de elaborados y cinematográficos Soundslides, pero hasta un periodista gráfico puede combinar una entrevista con algunas fotos de escena para producir una historia con audio e imagen. En este ejemplo ([In this example](#)), estuve presente cuando un escritor norteamericano estaba firmando copias de su libro recientemente traducido para los periodistas vietnamenses. Tomé algunas fotografías y lo entrevisté al día siguiente sobre su libro.

Note que puede mostrar y ocultar los subtítulos usando el link debajo de la imagen a la derecha y también puede pausar la presentación.

#### **Parte 11: contar una buena historia con imágenes y sonido**

El título de esta sección iba a ser “produce una historia con Soundslides, usando una entrevista y sonido natural”, pero parecía un poco largo.

Además, no necesariamente requiere la aplicación de Soundslides (aunque voy a encuadrarlo en términos de una presentación, en lugar de vídeo).

Chuck Fadely de el Miami Herald fue acertado en su [comentario](#) anterior cuando dijo:

“El objetivo debería ser aprender a contar historias visualmente, con audio que complemente las imágenes, editadas con el ritmo apropiado para la pieza. Tirar una carpeta de imágenes sobre un mal audio no es bueno”

En este post, voy a hablar sobre cómo asegurarse de que tiene una historia que **vale la pena contarse de esta manera** - con fotos y audio- y cómo construirla, para hacerla comunicativamente efectiva.

¿Qué intenta comunicar?

Este podría ser el error más común que los periodistas cometen: a menudo no pensamos demasiado en esta pregunta y su respuesta.

La mayoría de las veces, salimos y cubrimos un evento, y, a continuación, nuestra historia (texto) es simplemente **lo que sucedió y quien estaba allí**.

Si desea contar una historia con fotos y sonido **acerca de un evento**, ¿qué desea comunicar? Además de lo ocurrido y quién estaba allí, usted debería intentar transmitir **el sentido de la experiencia**. Si era una fiesta, tenemos que **escuchar** la música, las copas chocando, el murmullo, las risas. Tenemos que **Ver** bailar, si hubo se baile y personas que se divertían. O personas aburridas. Tiene que ser más que un conjunto de fotos como las de las secciones de sociedad que muestran a personas de pie, retratadas desde la misma distancia. (Ver un ejemplo, de un certamen de belleza: [Bellezas hispanas](#).)

Si el evento fue tan mundano que tus fotos muestran sólo personas sentadas, mirándose o hablando (por ejemplo, en una mesa redonda), entonces, le sugiero que abandone la idea de hacer una presentación acerca de esto. Es demasiado aburrido. Puede **escribir esta**

**historia** de una manera más interesante y renunciar al multimedia.

Un caso típico de historia nos dice acerca de una persona y algo interesante (o inusual) que él o ella hace. Recopilación de estampillas antiguas: no mucha acción o emoción en este caso, pero quizás las estampillas son diversas y divertidas y conformarían, por esa razón, un buen material visual para una presentación. Otra historia probable sería sobre una persona que realiza algún tipo de **actividad**: construye motocicletas personalizadas, crea la vidrieras, trabaja con animales, etc..

¿Qué desea comunicar? Las estampillas son realmente interesantes, si usted las mira muy de cerca. El tipo que construye las motocicletas lo hace porque ama a ver a sus clientes obtener exactamente lo que habían soñado. El artista de la vidriera tiene una pasión por la luz y el color. El que rescata animales, habla con cada perro y gato como si fuera una persona que podría responder.

Necesita asegurarse de comunicar el aspecto más interesante, lo que **hace que esta historia se destaque**.

Si salió a hacer la historia de la motocicleta personalizada pensando, “las fotos de las motos serán agradables” es correcto. Pero si todo lo que tienes en la entrevista y fotos son lindas motocicletas ... bueno, no tienes una historia. Y si captas al muchacho en tu audio diciendo, “lo que realmente me mantiene haciendo esto, es la forma en que la cara de alguien se ilumina cuando se sienta por primera vez en su moto a medida” pero no tienes las imágenes de ese momento, cuando cara del comprador se ilumina de felicidad, entonces no tienes una presentación.

Se pueden obtener fácilmente docenas de imágenes de los trabajadores de rescate de animales con los gatos y perros, pero que no es **suficiente**. Es necesario caminar con ellos, con el micrófono, mientras hace su trabajo cotidiano. Necesita volverse **invisible** con el micrófono y permanecer con ellos el **tiempo suficiente** para que se olvide de ud y se meta en su rutina. Allí es cuando comenzará a tener sus conversaciones con los animales. Ese es el momento en que capturará el sonido que comunicará la historia real.

## Abriendo y cerrando

La mayoría de las historias multimedia duran unos dos minutos, tal vez dos y medio. Limitarse a esa longitud impone disciplina. No sólo necesita saber lo que desea comunicar; también necesita recortar despiadadamente cualquier cosa que no avance la historia. Sea sencillo. No trate de hacer más de una cosa en dos minutos.

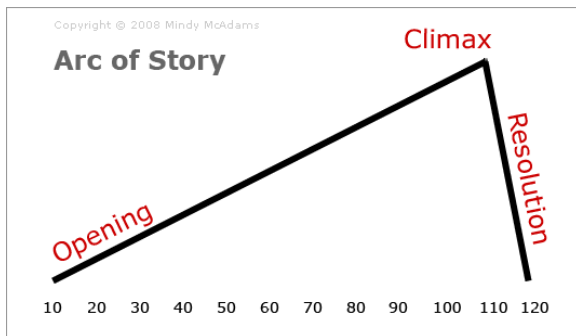
Hace unos pocos años, mi amiga Regina McCombs me dijo una vez que si ella sabía lo que abriría y cerraría su historia, el resto era fácil. Su enfoque de 10 años de experiencia en noticias de TV, traducida a la presentación de audio on line. Desde entonces he visto muchas, muchas pruebas de que ella tenía razón.

Cuando veo una presentación que comienza fuerte y claro, me engancha inmediatamente. Si duda, pierde su camino, abandono en el medio. Pero si sigue una pista recta a la conclusión, me quedo con ella.

Para crear esta ruta recta, clara, **tienes que tener su final firmemente en mente**. Tienes que saber **exactamente** cual es el cierre antes de editar el resto del material para la presentación.

El final puede destruir la historia o llevarla a un nivel sublime. A veces el final gotea a nada. A veces la historia parece terminarse demasiado pronto, o arbitrariamente. Un final sólido y satisfactorio tiene dos partes. Pueden llamarse **climax** y **resolución**, y aunque esto suena un poco demasiado para una historia de dos minutos, creo que podrá contar mejor una historia si piensa en el final en esos términos.

El **climax** es el destino, el lugar al que ud. está llevando a la audiencia, en una línea recta desde la apertura. Llegará cerca del final de la historia, pero posteriormente, también necesita proporcionar el **cierre**. Hacerla sentir **completa**. Esa es la **resolución**. Es la frutilla del postre



Uno de mis ejemplos favoritos es lecciones de guitarra en el Centro de Adultos del Área Central. Es una historia muy simple acerca de algunas mujeres ancianas que están tomando lecciones de guitarra. La apertura es fuerte y clara, **escuchar** una guitarra y **ver** una mujer de edad con un estuche de guitarra entrando en su auto. A continuación, ella dice que siempre le ha interesado la música, pero estaba demasiado ocupada para aprender a tocar un instrumento.

En el **climax** de esta historia, una de las mujeres dice, “nos estamos sólo sentadas en casa viendo TV”, y otra dice, “es la vida mejor, después de la jubilación”. Vemos a una mujer sonriente, tocando su guitarra en la clase. Después de eso, la **resolución**: escuchamos a los estudiantes de guitarra cantando “estoy de vuelta en el ruedo”, y luego escuchamos la risa encantada de una de las mujeres. Vemos a dos de los estudiantes volver en su coche a casa. Es amable y feliz, en consonancia con el tono general y el estado de ánimo de la historia.

En el medio nos lleva limpia y simplemente desde el comienzo hasta el climax. Vemos a diversos estudiantes de la clase. Lo oímos jugando y cantando juntos. Nos dicen por qué están en la clase. Su maestra joven nos dice por qué enseña la clase. Vemos sus partituras, y los vemos pagar sus cuotas.

La mitad expande la historia, pero es bastante inevitable si han decidido su apertura y su cierre.

#### Los bits técnicos

Recopilar el material para una presentación lleva tiempo. Usted tiene que pasar tiempo alrededor de la escena lo suficiente para disparar alrededor de 200 fotos (o más). Usted necesita disparar **una**

**gran** variedad (distancia, ángulo y asunto), incluyendo una verificación de muchos más detalles (primerísimos primeros planos) que usted nunca haría para imprimir.

Mientras que la cantidad de fotos que se reúnen tiende hacia el exceso, la cantidad de audio debe ir en dirección opuesta. Sugiero que considere la entrevista normal como una especie de ensayo para la “real” entrevista — de la que extraerá el contenido del audio. Decida lo que desea comunicarse, comience a grabar un nuevo archivo y **re pregunte** las preguntas que contarán la historia en la presentación. Nunca le diga al entrevistado qué decir o cómo decirlo, pero **puede** explicarle que le hará algunas preguntas nuevamente para que se pueda grabar para la presentación.

Si graba demasiado audio, tendrá una tonelada de trabajo adicional. Cuando quise hacer una presentación sobre un grupo de periodistas en un taller de vídeo, quería entrevistar a seis personas (un tercio del grupo). Sabía que la presentación final duraría unos dos minutos (de hecho, de 2 minutos 17 segundos). Divida 120 segundos por seis entrevistas, y te das cuenta que utilizará no más de 30 segundos de cada entrevista. Así que decidí dos preguntas para cada uno de mis seis entrevistados, y esto hizo del audio realmente fácil de editar. Se reunieron alrededor de 25 minutos de audio en seis entrevistas.

Reúna la mayor cantidad de sonido natural posible. Asegúrese de obtener al menos un minuto de la sala “silenciosa” (nunca es realmente silenciosa) para utilizar como sea necesario mientras que está editando.

Registre cualquier sonido natural que se refiera directamente a la historia — incluyendo a su entrevistado hablando **aparte de** la entrevista (por ejemplo, el constructor de motocicletas hablando o con sus clientes).

Cuando se siente a editar, sea paciente. Acepte que es un proceso repetitivo. Puede comenzar con el audio o las fotos, pero va a pasar por cada conjunto de material más de una vez. Decida la apertura y el cierre en primer lugar. Elija el sonido y las imágenes para uno, asegurándose de que van bien juntos. A continuación, elija el sonido y imágenes para el otro. (A veces el cierre

es más evidente para usted que el inicio; a veces es al revés).

Un elemento clave en la construcción de la mitad de la historia (lo que conecta la apertura con el cierre) es la elección de imágenes con **una buena mezcla** de diferentes ángulos y distancias. Fotoperiodistas llamar a esto **caminar**. No significa tiempo (rápido o lento) en el sentido de que una presentación dura dos minutos, y se pueden observar algunas fotos por cuatro segundos, otras por dos, otras por cinco, etc.. *Caminar* significa una especie de equilibrio entre tomas cercanas, medianas y amplias, así como el tema. Demasiadas tomas medianas hace el *caminar* pobre. Demasiadas tomas similares en la composición — también pobres. Cualquier tipo de redundancia cultiva aburrimiento en los espectadores, así que es mejor evitarlo escrupulosamente.

Uno de los mejores artículos prácticos nunca escritos sobre la producción de presentaciones de audio es de Colin Mulvany [cómo hacer sus presentaciones audio mejor](#).

#### Uso de la música

Es fácil usar música para cubrir la falta de audio que deberíamos haber reunido, pero no lo haga. Es una opción perezosa, a menudo utilizada por personas que no les importa lo suficiente realizar entrevistas y hacer informes reales. En muchos casos, la música en una presentación juega en nuestras emociones de manera que yo diría que es claramente no-periodística. Por esta razón, desaconsejo el uso de música, a menos que la narración sea sobre personas tocando música o bailando.

#### Uso de la narración (locución en off)

La narración puede ser maravillosa, pero sólo si está bien escrita y bien leída. Muy pocas cosas son más aburridas de escuchar que un periodista, evidentemente, leyendo de una página. Si se puede permitir que los entrevistados cuenten a su propia historia, hágalo.

#### Uso de placas y créditos

Puede insertar placas (y créditos) al estilo cinematográfico en un Soundslides simplemente haciendo un JPG nuevo en Photoshop. Se pueden usar en cualquier momento de la presentación, no sólo al principio y al final. (Para obtener ejemplos, consulte mi presentación acerca de [un autor firma de libro en Hanoi](#).) Asegúrese de que los JPGs son exactamente de las dimensiones que seleccionó para las imágenes para que el texto no se distorsione

#### Títulos

Mientras que muchos usuarios no buscarán los subtítulos en una presentación, quienes lo hagan esperarán encontrar la información correcta,— no sólo una repetición de lo ya vimos en la foto (que es el título de un escritor perezoso). Como en un periódico, las personas de las fotos deben ser identificadas con precisión con nombre y apellidos, así como alguna otra información de identificación, como ciudad natal o profesión. Cada persona que es importante en una foto debe identificarse plenamente en el título.

#### Fecha y lugar

Me sorprende cuántas presentaciones de audio en diarios on line no tienen información sobre la fecha o la ubicación de los acontecimientos descritos (ciudad/ciudad, estado). Si incluyen una fecha, a menudo carece el año. Vamos amigos ¡Es Internet! Esta presentación va a estar en línea durante mucho tiempo, así que pongan algún contexto, por favor.

#### Hágalo y No lo haga para soundslides

Algunos tips para sound slides

#### Hágalo:

1. Provea una clara relación entre lo que se escucha y lo que se ve. Si el organizador del evento está hablando de las decoraciones, por ejemplo, muestre las decoraciones.

2. Cuente una historia. No “tire” solamente una entrevista en la que alguien explica algo
3. Provea contexto. Por qué la gente está haciendo esto, o cual es el propósito del evento?
4. En una toma temprana, díganos exactamemente dónde estamos (incluyendo la ciudad) y la fecha exacta (incluyendo el año, por favor!)
5. Escriba subtítulos que provean información adicional. No repita lo que vemos en la foto (si lo vemos, no necesitamos que ud. nos lo diga)
6. En los subtítulo identifique a cada persona en la foto con el nombre complete y otra información, tal cómo donde viven, su ocupación o su título.

**No lo haga:**

1. Comenzar con la identificación ( “Soy María y soy contadora) esto es aburrido. Le quita brillo a su historia.
2. Permita que el sonido ambiente arruine su entrevista.
3. Use sonido natural fuera de contexto – por ejemplo la bocina de un auto cuando no se ven autos en la calle.
4. Muestre objetos, paredes, señales, a menos que haya una persona en la foto también.
5. Combine audio y fotos de forma desordenada (por ejemplo, escuchamos cantar a una persona cuando en la foto hay una persona diferente cantando)
6. Repita la misma longitud en todas las tomas.