

1- Las limitaciones de espacio de los medios escritos no existen en las páginas web, pues en ellas tienen cabida tanto las simples notas informativas como los grandes reportajes de investigación. Lo mismo ocurre con el tiempo radial online. Claro, internet no está ajena completamente a un principio del buen Periodismo: lo bueno, si breve, doblemente bueno.

2- Escriba con claridad su mensaje: redacte sus materiales de una manera sencilla, sin complejidades. Vaya directamente al grano. Tenga en cuenta que el Internauta tiene ante sí millones de sitios por los cuales optar, y, si no siente agrado por lo que lee desde la primera línea, accionará el mouse de su PC y se irá a otra página.

3- No pretenda convencer a sus lectores potenciales con retórica. Emplee argumentos sólidos, juicios irrefutables, verdades como puños... Hay resortes que funcionan bien entre nosotros los cubanos, pero que no surten el mismo efecto entre personas de latitudes e ideologías diferentes. Convénzalos de la justeza de nuestro proceso social a partir de un discurso firme, pero sereno. Sea objetivo y no persuasivo.

4- Sea mesurado en el empleo de localismos: hay palabras que solo cobran significado e identificación entre nosotros. No obligue a los internautas a exprimirse las neuronas tratando de adivinar en el contexto qué quiere decir el periodista cubano con términos tales como anirista o cederista. Si tal inclusión dificulta la lectura, opte por otras fórmulas más viables y prácticas. Eso no significa que renuncie a utilizar términos locales conocidos, desde luego.

5- Cuando pueda, explote el factor humano: es una manera de asegurar que nos lean. Los conflictos de las personas, sus virtudes, deseos, expectativas, alegrías y esperanzas suelen interesarle mucho al gran público.

6- Escriba para un lector mundial: no olvide que su página web puede ser consultada lo mismo en Alaska que en la Patagonia. Usted escribe para un lector mundial y su sitio es un medio internacional.

7- Sea preciso y concreto: comuníquese en el lenguaje global de sus destinatarios. Trate de equilibrar la extensión de la comunicación en función del público y de la finalidad perseguida. Si un trabajo merece solo una cuartilla, no le dedique dos.

8- Evite la profusión de siglas: los cubanos somos inventores de siglas por naturaleza. Evite incluir las menos conocidas en sus materiales. Si se ve obligado a insertar alguna, diga primero su significado.

9- Apele a la imaginación y a la cultura: no sea plano cuando escriba. La sencillez no está reñida con la belleza a la hora de escribir. Escriba con apego a las normas del idioma y enuncie con claridad, elegancia y concisión lo que pretende decir. Martí dijo una vez que "la verdad llega más rápido cuando se dice de una manera hermosa".

10- Recurra a las opciones de la red: recuerde que la web no solo utiliza palabras. El lenguaje cibernético exige el empleo de mapas, gráficos, tablas, fotos, imágenes, sonidos... De otra manera, estará utilizando la PC como una simple máquina de escribir. Cada vez que pueda, apele a este tipo de recursos de multimedia.

Quince pasos en el lenguaje del Periodismo digital

POR JUAN MORALES AGÜERO

11- Las frases hechas y lugares comunes manifiestan pobreza de lenguaje y pueden acarrearle la fuga de sus lectores (masivo acto, digno ejemplo, prestigioso jurado...). No adjetivice demasiado. El buen Periodismo suele ser parco en su uso, y solo apela a ese recurso para escoger los más concretos, simples, directos y definidores. No apele a muletillas tales como asimismo, en otro orden de cosas, por otra parte, ahora bien... Son de pésimo gusto y demeritan la pluma de quien las escribe.

12- Pulimente el estilo: conciba textos aspirantes a modelos de limpieza, claridad, exactitud y elegancia en el uso del idioma.

13- Argumente sus trabajos: no publique sus trabajos sin antes consultar internet. Si algo bueno tiene la gran red, es que en ella está prácticamente toda la información indispensable para abordar cualquier asunto, por peliagudo que sea. Argumente sus materiales periódicos con lo último que existe sobre ellos. Visite sitios especializados y examine estadísticas.

14- Imprima su sello personal: dote a sus materiales de una distinción estilística que marque a la página y que se inserte en la manera colectiva de concebirla. Utilice frases cortas y aborde rápido la idea. No floree.

15- Revise sus materiales: revise una, dos, tres veces sus materiales antes de entregarlos a su editor de página. Aplique correctores ortográficos y de gramática. Nada ahuyenta más a los usuarios de internet que los errores ortográficos o de redacción. El mejor reportaje se puede perder por esta razón. Evítela.

(Síntesis de trabajo publicado el 4 de agosto de 2009 en cubaperiodistas.cu)

FECHA.- Es anglicismo la forma mes-día, como por ejemplo, enero 3. El orden correcto en español es día-preposición-mes, como por ejemplo, 3 de enero. Los nombres de los meses se escriben con minúscula. A partir del año 2000, surgió la tendencia a enunciar la fecha completa con la contracción del: 13 de enero del 2001, probablemente por entenderse que la palabra año quedaba elíptica. Aunque esta forma no es incorrecta, es preferible usar la preposición de.

ESTE IDIOMA
NUESTRO

Pinceladas
sobre el
hablar y la
escritura