

APUNTES PARA LA FORMACIÓN



¿Cómo publicar en mi blog?

CONTENIDOS

- >> ¿Qué es un blog?
- >> ¿Qué es el periodismo ciudadano?
- >> Consejos al publicar un blog

AUTORA
OLGA BERRIOS
Plataforma de Infancia

¿Qué es un blog?

>> Los blogs (bitácoras o weblogs) son una forma de página web de fácil manejo. En ellos se van agregando artículos que se ordenan de forma cronológica inversa. Cada blog suele disponer de una lista de meses para consultar lo que se publicó anteriormente.

Publicar una blog no requiere conocimientos de informática ni dinero. Hay portales que ofrecen páginas prediseñadas gratis, donde tu función es únicamente redactar el contenido. Publicar cada nota del blog es tan fácil como enviar un e-mail.

Un blog es sólo un formato, el tema del que se publique puede ser cualquiera. Por eso existen muchos tipos de blogs según el tema del que publican y el formato que utilizan: diarios personales, blogs sobre la guerra, fotográficos, blogs sobre blogs, blogs de enlaces, audioblogs (también llamados podcasts), videoblogs, etc.

El blog suele ser individual, pero también pueden publicar en él varias personas, cada una con su correo y su contraseña propias. Además cuentan con sistemas de comentarios que sirven para fomentar el debate o ampliar la información sobre los temas publicados en el blog. Suelen incluirse junto a la firma y la hora de cada artículo.

¿En qué se diferencia un blog de una web?

- Son más **fáciles** de hacer que las webs. Los blogs son un tipo de página web realizada con un programa llamado gestor de contenidos que facilita su publicación. Además de los blogs, existen otros tipos de gestores para hacer otros tipos de webs.
- Suelen estar más **actualizados**. Como son más fáciles de utilizar, se actualizan más sus contenidos.
- Suelen tener una estructura de contenidos cronológica inversa (es decir, muestra primero lo más reciente), mientras que las estructuras de las webs pueden ser de muchos otros tipos.
- Suelen ser más **participativos** porque tienen

sistemas de comentarios y porque pueden ser colectivos.

¿Por qué son tan famosos?

Los blogs no se caracterizan sólo por lo sencillo que resulta publicar en este formato, sino porque también se han acabado asociando a un espíritu de comunicación diferente. Se trata de una herramienta que puede ayudarnos a construir un tipo de **comunicación horizontal, elaborada con la participación de todos y todas**. Su sencillo uso hace posible que casi cualquier persona pueda convertirse en emisor/a y, por tanto, tener una voz que se pueda escuchar desde cualquier parte del mundo. Con ellos, la Red ha vivido una intensa **revolución democrática**.

No es una norma, pero el estilo de escritura en los blogs también se suele caracterizar por ser cercano, personal y humano. Mucha gente “bloguera” se preocupa también por publicar textos abiertos (con muchos enlaces externos), potenciar el debate y diálogo y citar siempre los contenidos que se utilicen para completar la producción propia.

La vida es otro de los rasgos de los blogs: la actualización y la inmediatez son fundamentales.

Algunos elementos que acompañan a un blog

- Título del blog y descripción.
- Dominio o dirección web.
- Sistema de comentarios.
- Calendario de artículos.
- Enlaces permanentes a cada artículo del blog.
- Jerarquía de usuarias y usuarios.
- Suscripción a los artículos por RSS o por correo.
- Buscador propio.
- Secciones.
- Etiquetas, palabras clave o tags.
- Poder publicar imagen, vídeo y otros archivos.
- Plantillas con diferentes estéticas para tu blog.

¿Cómo hago mi blog?

Un blog se puede hacer comprando un espacio en internet (alojamiento) e instalando el gestor de contenidos en él. Así se nos permite un mayor control sobre sus contenidos y apariencia.

Sin embargo, la manera más rápida y sencilla de crearlo es utilizar sistemas que ofrecen tanto el gestor como el alojamiento de forma **gratuita**.

Algunas marcas para crear blogs son Blogger, WordPress, La Coctelera, Bitácoras.com o MSN Spaces. Se diferencian por las opciones que ofre-

cen al crear el blog. En muchas ocasiones, se suelen combinar la herramienta del blog con otras herramientas de otras marcas para incluir vídeos, fotografías, sonido, listados o nubes de enlaces, chats, foros, para compartir documentos, mapas y muchísimos otros añadidos.

Para combinar estas herramientas con el blog se puede utilizar un simple enlace de una herramienta a otra o el "incrustado". Esto último consiste en que el sistema con el que -por ejemplo- estás creando un mapa, te ofrezca un código que -al copiar en un artículo de tu blog y publicarlo- reproduce el mapa en él.

¿Qué es el periodismo ciudadano?

>> **Movimiento periodístico en el que son las ciudadanas y los ciudadanos quienes se convierten en informadores/as.**

Surge con los blogs que exponen su visión de diversos asuntos sociales, culturales, políticos, económicos, locales, deportivos, etc.

Además, muchos medios digitales, algunos de los cuales tienen edición escrita (especialmente los llamados medios gratuitos) fomentan la participación ciudadana a través de espacios alojados en sus páginas web para que las lectoras y los lectores den su visión de diversos acontecimientos.

Existen muchos debates sobre si esta participación ciudadana puede considerarse periodismo, ya que no es profesional.

Se podría caracterizar por:

- Favorecer el **trabajo colaborativo**: la posibilidad de aportar y recibir aportes de la red de comunicadores/as que colaboran entre sí.
- Ser **horizontal**, que implica la inexistencia o la reducción de la jerarquía mediática.
- Hacer posible la **independencia** de poderes mediáticos como las empresas o partidos políticos.

■ Explorar otras formas periodísticas trabajando con principios como la **subjetividad** asumida o la suma de subjetividades.

■ Reducir los **intermediarios**, incluyendo la posibilidad de que las mismas fuentes informativas y protagonistas de los hechos se conviertan en comunicadoras/es.

■ Ser **pedagógico**.

■ Permitir realizar un trabajo con una cantidad menos limitada de **fuentes**.

Ejemplos de periodismo ciudadano

20Minutos, CanalSolidario o Bottup son sitios web españoles que promocionan el periodismo ciudadano. Existen muchas experiencias como éstas en todo el mundo y algunos de estos proyectos incluso pagan a quienes envían sus noticias.

Un ejemplo de periodismo ciudadano ocurrió en 2007 en Birmania. El Gobierno oprimía al pueblo y los monjes budistas se manifestaron en contra de la dictadura. Las protestas pacíficas se respondieron con violencia y censura por parte del Gobierno, pero las imágenes de los abusos contra los derechos humanos llegaron a medio mundo gracias a Internet.

Consejos al publicar un blog

■ **Haz buenos contenidos.** Puede que haya muchos trucos para que tu blog tenga muchas visitas, pero para que esas personas se conviertan en seguidoras fieles de la página lo mejor es esforzarse en hacer buenos contenidos.

■ **Lee el texto dos veces** (y quien dice 'dos', dice 'tres'). Si crees que lo puedes mejorar, hazlo. Si llegas a la conclusión de que no estás inspirado, déjalo para más adelante. Corta lo que tengas que cortar y corrige lo que tengas que corregir. El objetivo: no tener que volver a editar el artículo una vez publicado (tus lectores y lectoras te lo agradecerán).

■ **Brevedad.** Los mensajes, textos y títulos deben ser breves, concisos y sencillos. Estructura los artículos en párrafos de no más de 5 líneas, si es posible, para así facilitar la lectura en pantalla, que es más dispersa que la lectura sobre papel.

■ **Si el tema lo exige, publica rápidamente.** La inmediatez es una de las grandes virtudes y armas de

la blogosfera. Luego siempre puedes ir actualizando el artículo o publicar las novedades en una serie. Si el tema no lo exige o si se trata de una opinión, reflexión o ensayo, tómate todo el tiempo que necesites.

■ **Identificate.** Decir claramente quién eres dará más credibilidad y transparencia a tu información. Si no está justificado, no utilices el anonimato. Muchas veces se abusa de él.

■ **¡Cita!** Si encuentras un comentario interesante en otro blog, reproduce un fragmento en el tuyo y enlázalo. La otra persona tiene herramientas para saber quién le enlaza y probablemente visitará tu página por curiosidad.

■ **Comprueba la ortografía.** En caso de duda, tienes a sólo un click herramientas tan indispensables como el Diccionario de la Real Academia (DRAE) o Wordreference. No creas que las lectoras y los lectores perdonarán tu mal estilo porque ofreces conte-



nidos interesantes, nadie pone demasiado interés en alguien que no se preocupa por expresarse correctamente. La ‘fórmula’ SMS no es moderna, los y las trogloditas ya se expresaban más o menos así.

■ **Comprueba uno por uno los enlaces.** Quien te lee detesta hacer click y encontrarse con un error 404, sobre todo si el enlace es vital para entender o completar el artículo.

■ **No dudes en editar el artículo una vez publicado si es realmente necesario.** Haz notar en la nueva edición los cambios relevantes con dos herramientas que tienes a tu disposición: cuentas con la opción de tachar las palabras o expresiones incorrectas del original sin borrarlas (para que todos puedan ver los cambios: ejemplo); o la opción de incluir el término ‘actualización’ y añadir una explicación de los cambios o novedades en la noticia. Se pueden utilizar las dos en un mismo artículo, pero resérvalas siempre para cambios relevantes: poner un acento omitido no merece tanto despliegue de información.

■ **Sé multimedia.** Si es necesario, completa la información de texto con imágenes, archivos de sonido, gráficos o vídeo. A veces una información se entiende mejor en un gráfico que explicada textualmente. Pregúntate cuál es el mejor formato para presentarla.

■ **Si incluyes imágenes, pregúntate si son realmente necesarias,** si añaden información o compensan la estética del blog. Si no es así, elimínala. Las imágenes no sólo ralentizan la carga de las páginas, sino que ocupan bastante espacio en el servidor. Si, además, no aportan nada, pueden convertir tu sitio en un collage infumable y sin sentido. Nunca nunca nunca (salvo que el autor o la autora lo autorice ofreciendo el código) utilices imágenes alojadas en otro servidor, porque estarás consumiendo su ancho de banda. Nunca nunca nunca (salvo que el autor o la autora lo autorice de forma expresa) utilices imágenes con copyright.

■ **Clasifica.** Escoge bien tus etiquetas, secciones y categorías, si no tu blog se convertirá rápidamente en un laberinto para quien intente acceder a la información.

■ Por regla general, **intenta que el título sea corto y descriptivo**, con palabras clave que definan el contenido del artículo.

■ **No olvides nunca citar y enlazar la fuente.** Y no

te confundas a la hora de ofrecer los créditos: aunque una web informe de algo, no quiere decir que sean los autores y autoras de ese textos, sino sólo reproductores. Indica que lo que reproduces es una “fuente” cuando sepas que es de su autoría o que es una “vía” cuando sepas que lo citado no es propiedad de tal o cual web, sino que lo han reproducido a partir de cualquier otro sitio. También deberías citar la fuente de las imágenes, lleven éstas copyright o copyleft.

■ **Puedes enlazar a viejos artículos de tu propio blog** si resultan relevantes para el artículo que estás escribiendo, pero no abuses de ello con el único fin de obtener más visitas.

■ **Piensa en las personas para las que escribes.** Puede que hayas decidido a hacer un sitio personal que interese a más personas o que escribas de ciertos temas para cierto público. Si escribes para otras personas, procura recordar que no todo el mundo te conoce ni tiene por qué conocer todos los temas que conoces, ni tampoco tiene por qué haber leído tus artículos anteriores. Debes contextualizar, explicar brevemente a qué te refieres.

■ **Comenta en otras páginas y blogs.** Si haces buenos comentarios, las personas que escriben y leen ese blog visitarán tu página por la curiosidad de conocer a la persona que escribe cosas tan interesantes.

■ **Déjate comentar.** Piensa bien si en tu blog vas a permitir participación y de qué tipo. ¿Qué normas habrá para comentar? ¿Vas a moderar cada comentario? Indica todo esto, informa a la gente de cuáles son tus reglas de juego. Es tu espacio. Ah, y responde con paciencia a los comentarios.

■ **Relaciónate con otros bloggers, haz red.** Participa en encuentros y memes o cadenas de mensajes (siempre que te resulten interesantes), resuelve consultas, propón ideas, incluye en tu blog enlaces de blogs que recomiendas, envía información a bloggers que compartan afinidades contigo.

■ **Ten en cuenta los buscadores.** Sobre este aspecto, existe muchísima documentación en internet. Busca el término “posicionamiento web en buscadores” para saber cómo hacer más visible el espacio.

■ **Ábrete a la innovación.** Si algo aprendemos con la Red es que hay que tenerle menos cariño al trabajo propio si éste se ha quedado desfasado

tecnológica o ideológicamente. Hay que tener facilidad para destruir y construir... corregir, disculparse y borrar.

■ **Tacha, no borres.** Si has cambiado de opinión sobre algo o si ya no te gusta eso, no hace falta que lo borres. Simplemente indica a la gente que te lee que ya no opinas igual, que has rectificado.

■ **Buen humor y cercanía.** Quienes siguen los medios de comunicación tradicional sienten muchas veces cierto hartazgo de mensajes serios y presuntamente objetivos. Prefieren la variedad y valoran que en una comunicación exista la cercanía, el humor, los propios errores, los detalles personales, lo anecdótico, lo cotidiano. Se empieza a preferir la subjetividad sincera y anunciada a la objetividad interesada.

■ **Aporta valor.** Muchos blogs se limitan a reproducir artículos que han visto y les parecen interesantes. A no ser que la selección de artículos que se realice sea muy buena, esto no tiene generalmente mucho

interés. Aporta valor citando un fragmento, añadiendo algún comentario, una entrevista o rebatiendo el artículo.

■ **¡Seleccional!** El problema a veces no es la falta de información, sino la infoxicación. Hay que aprender a elegir qué es lo valioso, a resumir y no sobrecargar a los lectores y las lectoras.

■ **No te repitas.** Antes de publicar algo, asegúrate de que otros no han dicho ya lo mismo. Usa el buscador. Si aún así quieres tratar este tema, aporta al mensaje el factor diferencial.

■ **Acércate a la realidad más, si puedes.** Muchas a veces publicamos desde una oficina o nuestra casa, leyendo y estudiando textos. Si estás denunciando por ejemplo la situación de los animales en el zoo, ¿por qué no acercarse allí a comprobar si esta información es cierta y tomar algunas fotos? Si se está criticando la inmigración, ¿por qué no entrevistar a alguien de tu clase o a alguien del barrio que provenga de otro país?

Referencias y enlaces

Masticable. Reflexiones y recursos sobre blogs y otras herramientas de internet. <http://www.masticable.org>

20Minutos. <http://www.20minutos.es>

Canal Solidario. <http://www.canalsolidario.org>

Bottup. <http://bottup.com>

Cuando el periodismo ciudadano gana la batalla mediática a una dictadura.

<http://blogs.myspace.com/index.cfm?fuseaction=blog.view&friendId=83980548&blogId=313934026>

Consejos a la hora de publicar un blog. <http://mangasverdes.es/2007/06/26/15-consejos-a-la-hora-de-publicar-un-post/>