

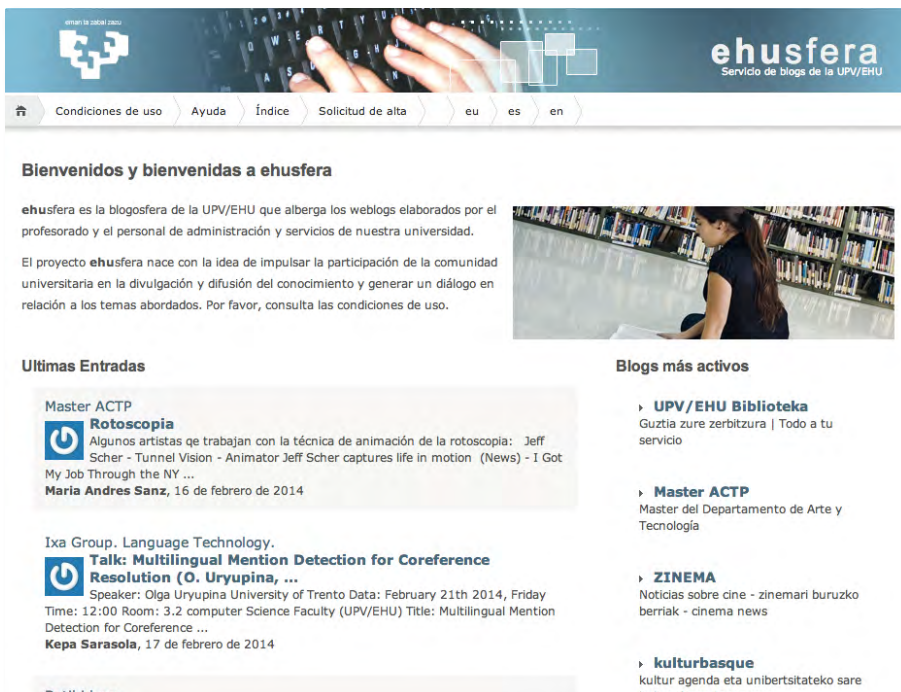
17 BLOGS

- p—103 17.1 ¿QUÉ ES UN BLOG?
 - 17.1.1 ¿Qué es un blog?
- p—104 17.2 SOLICITUDES Y CONFIGURACIÓN
 - 17.2.1 Configuración
- p—104 17.3 CONTENIDOS
 - 17.3.1 Periodicidad
 - 17.3.2 Pautas de estilo
 - 17.3.3 Difusión
 - 17.3.4 Usos lingüísticos
 - 17.3.5 Usos no sexistas del lenguaje
 - 17.3.6 Contenidos
- p—106 17.4 GESTIÓN DE COMENTARIOS

B

BLOGS

<https://www.ehu.eus/ehusfera/es/>



Bienvenidos y bienvenidas a ehusfera

ehusfera es la blogosfera de la UPV/EHU que alberga los weblogs elaborados por el profesorado y el personal de administración y servicios de nuestra universidad.

El proyecto **ehusfera** nace con la idea de impulsar la participación de la comunidad universitaria en la divulgación y difusión del conocimiento y generar un diálogo en relación a los temas abordados. Por favor, consulta las condiciones de uso.

Últimas Entradas

Master ACTP
Rotoscopia
 Algunos artistas que trabajan con la técnica de animación de la rotoscopia: Jeff Scher - Tunnel Vision - Animator Jeff Scher captures life in motion (News) - I Got My Job Through the NY ...
Maria Andres Sanz, 16 de febrero de 2014

Ixa Group. Language Technology.
Talk: Multilingual Mention Detection for Coreference Resolution (O. Uryupina, ...)
 Speaker: Olga Uryupina University of Trento Data: February 21th 2014, Friday
 Time: 12:00 Room: 3.2 computer Science Faculty (UPV/EHU) Title: Multilingual Mention Detection for Coreference ...
Kepa Sarasola, 17 de febrero de 2014

Blogs más activos

- ▶ **UPV/EHU Biblioteka**
Guztia zure zerbitzura | Todo a tu servicio
- ▶ **Master ACTP**
Master del Departamento de Arte y Tecnología
- ▶ **ZINEMA**
Noticias sobre cine - zinemari buruzko berriak - cinema news
- ▶ **kulturbasque**
kultur agenda eta unibertsitateko sare kulturbasqueko asanburua

17.1 ¿Qué es un blog?

Un blog es **una herramienta de publicación cuyo objetivo es difundir información relacionada con la actualidad, con los proyectos de los centros, con los diferentes eventos, etc.** Las entradas se publican con una cierta frecuencia para mantener el vínculo comunicativo con las personas que los leen. Por este motivo, resulta crucial planificar la editorialización de las entradas del blog, que deben ser textos interesantes y dinámicos, que incentiven el debate y que estén relacionados con la actividad del Centro, Departamento, Unidad, marca, etc.

El blog es corporativo y está al servicio del centro, departamento, unidad, etc. Por lo tanto, el o los perfiles de redacción serán corporativos (es decir, las personas usuarias que generan los contenidos lo hacen desde un perfil genérico). Sin embargo, puede haber blogs en los que las entradas (post) vayan firmadas con el nombre y apellidos de la persona que publica la información (blogs de servicios, de marca, etc.).

La intención final es que las entradas del blog fomenten la participación de la gente. Por lo tanto, será necesario continuar el trabajo de redacción con una buena difusión de las entradas a través de las redes sociales adecuadas. También habrá que encargarse de gestionar los posibles comentarios.

17.1.1 Ehusfera

ehusfera es la blogosfera de la UPV/EHU que alberga los weblogs elaborados por el profesorado y el personal de administración y servicios de nuestra universidad.

El proyecto ehusfera nace con la idea de impulsar la participación de la comunidad universitaria en la divulgación y difusión del conocimiento y generar un diálogo en relación a los temas abordados.

17.2 Solicitudes y configuración

El alta de un blog se solicita a través de EHUfera rellenando el formulario correspondiente en el que se solicitan los datos de la persona responsable del mismo, el nombre del blog y la url, la descripción, el idioma y los campos de conocimiento a que se va a referir.

Una persona del servicio técnico procede a dar de alta el blog en un plazo de un par de días.

17.2.1 Configuración

La configuración del blog corresponderá al Centro, Departamento, Unidad, etc.

La UPV/EHU dispone de una plantilla estándar para los blogs corporativos, pudiéndose modificar la fotografía de la portada, así como algunos aspectos de las columnas laterales como la agenda, otras cuentas asociadas de otras redes sociales, etc

El blog funciona como nexo de unión entre todas las redes sociales de los centros de la Universidad, lo que significa que el resto de herramientas complementan el blog y se usan para fomentar su difusión. Para facilitar esta función de retroalimentación, se pueden incluir en el blog aplicaciones o widgets que nos redirigen hacia las redes sociales del centro, departamento o servicio en cuestión. De esta manera, conseguimos conectar con un mayor número de personas usuarias y crear una red aún más extensa. El objetivo es conseguir integrarlo todo, de forma que los usuarios y usuarias conozcan los diferentes perfiles del departamento existentes en la red y puedan elegir desde qué webs prefieren relacionarse.

17.3 Contenidos

17.3.1 Periodicidad

La recomendación general es publicar una entrada o dos por semana de forma que se deje tiempo suficiente para los comentarios de las y los usuarios; en este sentido, es más importante la calidad que la cantidad.

Habrà que valorar también las horas del día y los días de la semana más oportunos para la publicación y difusión de las entradas, según el comportamiento de la red de personas que alimente el blog en cuestión. De este modo, conseguiremos la máxima difusión de la entrada a través de las diversas herramientas de redes sociales.

17.3.2 Pautas de estilo

a) Estructura

El texto debe tener unos seis párrafos como máximo (alrededor de unas 400 palabras) y los párrafos deben ser breves y concisos, distribuidos en dos niveles de lectura. En el primer nivel resumiremos la información principal y en el segundo expondremos la información adicional (ampliación y detalles).

b) Organización de la información:

I. Títulos

Se dará prioridad a los titulares informativos, que expliquen el contenido de la entrada de forma sintética y atractiva, sin perder el sentido formal que tiene un blog corporativo.

II. Primer nivel de lectura

Se recomienda usar estructuras que inviten a reflexionar (preguntas retóricas, declaraciones, etc.)

Los párrafos serán más explicativos, aunque deben ser breves: es importante ser capaz de resumir al máximo la información. Además, se aconseja terminar con una frase que invite a seguir leyendo el segundo nivel.

III. Segundo nivel de lectura

Aquí se recoge la información adicional, es decir, los detalles que permiten ampliar el contenido inicial, pero que no son esenciales para hacerse una idea general de la entrada.

No es necesario incluir una conclusión final en forma de resumen: recordemos que estamos publicando en el entorno de Internet y si no priorizamos la información importante al principio, el usuario o usuaria puede abandonar la página y no seguir leyendo. En otras palabras, el resumen o información importante debe ir en el primer nivel y no en el segundo. El objetivo es ofrecer al usuario o usuaria las claves del texto en los primeros párrafos para que pueda decidir si le interesa el tema o no.

Es importante enlazar a las fuentes de información en las que se basa el texto, de forma que cuando se cite un concepto, nombre propio o término que pueda ser desconocido para quien lo lea haya un vínculo a una fuente de confianza donde se pueda ampliar la información (fuentes propias de la UPV/EHU, diccionarios o sitios web de confianza, medios de comunicación, algunos blogs, etc).

c) Imágenes

Para que las entradas resulten más atractivas, es recomendable ilustrarlas con imágenes. Es importante conocer los derechos de propiedad intelectual de las imágenes que utilizaremos para ilustrar nuestras entradas. La recomendación general es acudir al banco de imágenes de la UPV/EHU o, en su caso, a otros repositorios de fotografías con licencia para que se puedan reutilizar.

En caso de necesitar una foto de terceras personas, podemos obtener imágenes con licencia Creative Commons: <http://es.creativecommons.org> en diferentes repositorios de Internet. Estas imágenes cuentan con licencias que protegen los derechos de autoría, pero que permiten ciertos usos por parte de terceras personas. Y habrá que respetar esta licencia, citando la fuente o con las condiciones expuestas por quien tiene su autoría.

17.3.3 Difusión

Cuando publiquemos una nueva entrada en el blog, es aconsejable difundirlo en Facebook y Twitter: podemos reproducir el título de la entrada añadiendo el enlace, o bien buscar formas más atractivas (preguntando a los usuarios y usuarias sobre un tema en concreto, animando a la participación, etc.). Es importante dirigir la participación hacia el blog para centralizar el debate en una sola plataforma.

17.3.4 Usos lingüísticos

Los blogs de la UPV/EHU se atendrán a los Criterios de Uso de las Lenguas Oficiales de la UPV/EHU recogidos en el capítulo 3 de la presente Guía.

Las redes contarán con una persona administradora bilingüe que cuidará la calidad de los dos idiomas.

17.3.5 Usos no sexistas del lenguaje

Se atendrá a las directrices que señala *La guía para el uso no sexista de la lengua castellana y de imágenes en la UPV/EHU*, recogido en el capítulo 4 de la presente Guía.

17.3.6 Contenidos

Conviene evitar que el blog se convierta en una agenda, por lo que no se deben incluir exclusivamente convocatorias de eventos ni previsiones. Únicamente se publicarán entradas sobre convocatorias de eventos relevantes cuando el objetivo sea generar un debate previo que suscite el interés por asistir a la sesión para continuar la conversación mantenida en el blog. En cambio, sí puede ser interesante redactar crónicas de eventos de cierta trascendencia una vez hayan tenido lugar.

La información que se publica en el blog debe tener valor añadido para captar el interés de las personas que lo leen. También es importante definir las líneas temáticas del blog en alguna de sus páginas, de forma que las personas usuarias estén informadas.

17.4 Gestión de comentarios

Se recomienda que los comentarios del blog sean moderados con anterioridad a su publicación. Es importante exponer en un lugar visible del blog las directrices básicas de publicación de comentarios. Estas directrices deben basarse en la pertinencia (comentarios relacionados con el hilo de la conversación), el respeto (uso de un lenguaje no ofensivo) y el tipo de información (respeto de la protección de datos y privacidad de las personas).

Hay que evitar las informaciones publicitarias que suelen incluir enlaces a webs cuyo contenido no tiene nada que ver con el objeto de nuestra entrada. Los comentarios que no cumplan estos requisitos no se pueden publicar, aunque se les puede dar la oportunidad a los autores para que los reformulen, si quieren.

Quienes sean responsables de la edición del blog deben garantizar una mínima calidad lingüística de los comentarios cuando sea necesario (corrección ortográfica), atendiendo al carácter de modelo que tienen los blogs de la UPV/EHU. El plazo adecuado para responder a los comentarios es de 24 horas como máximo.