Contenidos para la Web

Paloma Baytelman
www.paloma.cl

Internet y yo

1996- 2002:

Adicta a Internet
Mejoras constantes en búsquedas de información

Julio 2002:

Laboratorios SAVAL

Abril 2003:

Nuevo sitio de Saval
www.saval.cl

Internet y yo

Mayo 2004:

Blog "Con los ojos en la calle"

Vida urbana, música, teatro, arte, cine, cultura y un poco de Internet

Relaciones entre estos temas y mis experiencias, para mostrar cómo yo veo el mundo

Internet y yo

Mayo 2005:

Oh My News

Junio 2005

Comienzo a infiltrarme en AIChile y Cadius

Septiembre 2005

Compro www.paloma.cl

Internet y yo

2005 - 2007

Adicta a Bloglines
Adicta a Flickr

Julio de 2006

Participación en la Primera Desconferencia
Universidad de Chile

Internet y yo

Noviembre de 2006

- Asesoría Web
- Tecnoaldea

Abril 2007

- Mención en el diario
- El Mercurio
- Bloggeros top de Chile

2007

- Adicta a Twitter

Cómo escribir para la web

Qué es lo que quiero comunicar

Quiénes constituyen mi público objetivo

Continuidad temática

Constancia en el tiempo y regularidad en la publicación

Textos cortos

Cómo escribir para la web

Modelo radial

Pirámide invertida

Considerar fechas

Utilización de recursos:
links, audio, video, sindicación

Cuidado de los elementos gráficos

Contenidos institucionales

Cuál es el público objetivo
(intranet – extranet)

Qué es lo que las personas esperan encontrar en el sitio web

Qué es lo que la empresa o el organismo quiere trasmitir

Objetivos de marketing-comunicacionales

Qué es lo que la empresa no quiere trasmitir

Contenidos institucionales

Evitar temas controversiales para el quehacer de la Institución

Evitar temas que generen conflictos de interés

Crear estándares en los contenidos: Temáticas y frecuencia de publicación

Crear estrategias y argumentos para lidiar con El cliente interno

Periodismo ciudadano

Blog de María Pastora Sandoval

Periódico coreano digital "Oh My News":
Convirtió a los lectores en reporteros

Noticias:
Más allá de las agendas informativas tradicionales

Versión en inglés
Se replica en el mundo

Exitosa experiencia de diarios regionales
(Atina Chile)

Preocupación:
Veracidad de la información

Periodismo ciudadano

MSN con María Pastora

Ciudadanos comunes y corrientes pueden publicar en un medio algunas veces sin intermediarios, otras con editor.

La **veracidad** de los contenidos en medios como ohmynews las verifica un **editor**.

El valor de los reporteros ciudadanos es el de **estar donde otros no están**, es más raro que propongan temas originales.

En cuento a mi quehacer profesional el blog y la participación en Oh My News son mi **elemento diferenciador**, lo que me ha permitido, entre otras cosas trabajar en El Mercurio como periodista de tecnología.

Oh My News fue el primero y hasta ahora sigue siendo un referente mundial en español. Los de **Atina son pioneros en la región** y les ha ido bastante bien.

Según mi visión **los blogs de medios no son 100% blogs**, funcionan parecido pero la gracia del blog es que es personal y además acá se moderan los comentarios, más que nada para evitar temas legales de querellas o algo así.

Contenidos para blogs

Tipos de blogs

Corporativos - Temáticos - Personales

Medio democratizador

Cada persona es un medio

Todos pueden hablar de todo

Límites: imaginación y creatividad

Fenómeno social

Contenidos para blogs

Mantener temática

Evitar copy paste para diferenciarse

Generar redes

Comentar y responder comentarios

Publicación

Regularidad y frecuencia

Blogs de periodistas

Diferenciación periodística:

Más recursos en cuanto a lo literario,
lo argumental, lógica de los textos,
manejo de metáforas,
uso y confirmación de fuentes.

Laboralmente:

Mostrarse profesionalmente.
Versatilidad, capacidad de observar.
Perseverancia y rigurosidad.

Blogging corporativo

Uso de blogs en empresas e instituciones

Mecanismos de comunicación externa

Interactuar con los clientes

Mecanismos de comunicación interna

Mejorar la relación con los empleados

Blogging corporativo

Objetivos que justifican un blog corporativo

Comunicación y establecimiento de relaciones con los clientes, medios de comunicación u otros grupos objetivos

Optimización del posicionamiento en buscadores de Internet

Realización de pruebas de productos o conceptos

Ser o potenciar un canal de ventas

Difusión de cultura corporativa y/o de posicionamiento estratégico

Blogs temáticos

Blogs personales

Comunicación en la Web

Escapa ahora o habla para siempre

info@paloma.cl

Muchas gracias