

Primeros pasos para una alfabetización

mediática

en la Macarena

> macarena.zemos98.org



Índice

- 1.- Qué es Macarena Remedia.
- 2.- Introducción. Lectura crítica de medios de comunicación y educación mediática, migración y género.
- 3.- Caso práctico: microtalleres y metodologías desarrolladas.
- 4.- Reflexiones sobre el multiculturalismo y migración en los medios de comunicación.
- 5.- Usos de los medios de comunicación digitales y de las redes sociales para diseminar un mensaje diferente de la vida de las personas migrantes.
- 6.- Experiencia del proceso. Conclusiones.
 - A.- Empezamos. Entrevista con colectivos del barrio. Noche en blanco.
 - B.- Reuniones de participación.
 - C.- Microtalleres.
 - D.- Conclusiones. Problemas detectados.
- 7.- Anexo: manuales.
 - A.- Manual para configurar nuestra privacidad en Facebook. / Descargar PDF
 - B.- <u>Guía de fotografía con el móvil.</u> / <u>Descargar PDF</u>
 - C.- Manual: grabando vídeo con el móvil. / Descargar PDF
 - D.- Manual: Twitter para novatos. / Descargar PDF
 - E.- Manual: crea tu propio blog con Wordpress. / Descargar PDF

1-Qué es Macarena Remedia

Tenemos información en todas partes: noticias, sucesos, tutoriales sobre cómo cambiar un grifo, crónicas sobre lo que está ocurriendo en Crimea, incluso vídeos de gatos con cara de enfado. Demasiada información, estamos hiperconectados porque los dispositivos actuales lo facilitan y no podemos vivir sin ellos. Pero ¿sabemos usar realmente estas herramientas? ¿sabemos distinguir una buena información de otra que no lo es tanto? ¿somos personas críticas hasta con los medios de comunicación que nos gustan? ¿cómo afecta tanta conectividad a la cultura local?

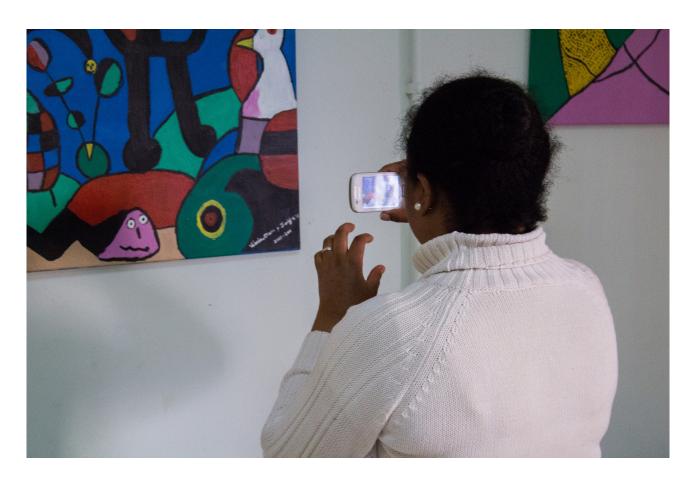
La globalización, la hiperconectividad, a veces hacen que nos olvidemos de lo que nos envuelve en nuestro día a día. Nuestra ciudad, nuestro barrio nos pasa desapercibido por toda la información que nos llega de otros lugares. La memoria y la cultura local se van olvidando, generación tras generación, y los medios de comunicación – que han olvidado el servicio público que deben ofrecer- no ayudan a difundir lo que ocurre en el ámbito hiperlocal. Los medios se han olvidado del servicio público que deben ofrecer y no responden a las necesidades de una ciudadanía que cada vez está más sedienta de una información veraz.

Del reconocimiento de esa necesidad surgió <u>Macarena Remedia</u>, un espacio para el aprendizaje, la reflexión y la acción asociado a las tecnologías de la comunicación y la recuperación de la memoria viva del barrio. Ubicados en el barrio sevillano de la Macarena, queríamos incidir en el poder de la ciudadanía para contar su propia historia, de ser críticos con las historias que les cuentan los medios de comunicación: como ejercicio de la libertad de expresión que toda persona debería tener, así como en el potencial colectivo del barrio para mantener viva su memoria.

Usando diversas acciones, como talleres, actividades abiertas e intervenciones, Macarena Remedia trabajó con los vecinos de la Macarena sobre educación en los medios de comunicación, periodismo ciudadano y memoria e historia de lo cercano. Un hervidero de iniciativas ciudadanas que tejen redes en el barrio; que hagan barrio y que recuperen la memoria, la identidad que habita en nuestras calles.

2.- Introducción.

Lectura crítica de medios de comunicación y educación mediática, migración y género



La democratización tecnológica y la oportunidad de creación de contenidos por parte de una audiencia considerada hasta hace no mucho pasiva, ha hecho que además de los mensajes procedentes de los medios de comunicación, podamos acceder a infinidad de mensajes procedentes de cualquier persona del mundo. Pese a ello, los discursos dominantes se siguen produciendo y reproduciendo desde los medios de comunicación, que siguen configurando nuestra realidad. La posibilidad de romper con los discursos hegemónicos está ahí, al igual que la posibilidad de fomentar el pensamiento crítico a través de las opciones (que son muchas) de las que nos brindan las herramientas y tecnologías digitales.

Cada vez más existe menor distinción entre el mundo online y el offline; las prácticas de ambos mundos se funden ahora para conformar uno solo, aunque esto no sea una realidad para toda la sociedad. Estas prácticas y el conocimiento tecnológico que conlleva generan nuevas formas de exclusión social. La brecha digital es cada vez un asunto más acuciante en el que no se vierten los suficientes esfuerzos. Los colectivos más vulnerables, como las personas migrantes, lo son aún más debido a este factor; y la brecha digital de género sigue estando a la orden del día.

La educación mediática en una herramienta muy eficaz para la construcción de ciudadanía. En contextos migratorios, ayuda a generar espacios alternativos de comunicación, al margen de actitudes paternalistas y discriminatorias, lo que contribuye a sacar a la luz aquellos aspectos que dificultan la convivencia. Tal y como dice Leiva, «es fácil caer en el error del 'maquillaje intercultural', que consiste en dar prioridad a los aspectos culturales referentes al folclore y a cuestiones estéticas y, paralelo, eludir las reflexiones de carácter ético y/o político». La educación mediática se basa en el trabajo colaborativo y asume una perspectiva social crítica, lo que favorece repensar los discursos mediáticos hegemónico y la creación por parte de la ciudadanía de discursos y contenidos contestatarios a los dominantes.

Los medios de comunicación y las tecnologías de la información forman parte, más que nunca, de un ecosistema comunicacional en el que cada vez intervienen más actores, más personas que vuelven a erigirse como ciudadanos y que conforman un entramado complejo en el ámbito de la comunicación. Los medios son una parte más de este sistema, uno en el que los ciudadanos cobran cada vez más importancia gracias al cuestionamiento de sus discursos y a la generación de contenidos mediante las herramientas digitales.

El posicionamiento crítico, la re-lectura de mensajes y la participación y empoderamiento de los ciudadanos va de la mano de la alfabetización mediática y de la educomunicación. A pesar de los esfuerzos gubernamentales por atender a los cambios tecnológicos y de llevar las TIC a las aulas, no se está llevando a cabo una verdadera labor de educación mediática. Desde que la carrera tecnológica llegó a los centros de educación obligatoria, han sido muchos los empeños en actualizar las aulas con las herramientas digitales. Sin embargo, no se ha llegado a invertir en un cambio de metodologías para aprovechar las opciones que ofrecen, y se usan siguiendo con los modelos transmisivos e instrumentales y no propiciando el diálogo, la colaboración y el conocimiento colectivo. La educomunicación ha sido ignorada por la legislación educativa o bien disfraza de modernización tecnológica. Es por ello por lo que no hay que olvidar ningún sector de la población en esta labor, aunque es evidente que se hace más apremiante en ciertos colectivos.

Con Macarena Remedia hemos tratado de «estimular la discusión, el diálogo, la reflexión y la participación» (Kaplún) en el contexto del análisis y tratamiento de los mensajes mediáticos y en relación con las nuevas tecnologías. La educomunicación trasciende al manejo de las herramientas ya que lleva implícito el compromiso por una educación y una comunicación que tengan como fin último la mejora social.

En palabras de Sara Osuna: «Internet es un medio masivo con una estructura facilitadora para que la colectividad pueda abrir espacios de participación ciudadana. Sus rasgos definitorios son la 'no linealidad'; 'aquí y ahora'; la tendencia a la heterogeneidad, la fragmentación y la exaltación de las diferencias; la conformación de una estructura social en redes y comunidades virtuales, es decir, romper la estructura lineal, piramidal y jerárquica; el reconocimiento del concepto de solidaridad social; y la posibilidad de interactividad. [...] Para Silva, 'el hipertexto libera al usuario de la lógica de la distribución, propia del sistema de los medios de comunicación de masas. Democratiza la relación del individuo con la información, permite superar la condición de espectador pasivo a favor de la de sujeto participativo, operativo, conectado y creativo'».

«La ciudadanía debe aprender actualmente a moverse en un entorno rico en información, a ser capaz de analizar y tomar decisiones y a dominar nuevos ámbitos del conocimiento en una sociedad cada vez más caracterizada por las múltiples pantallas, donde convergen medios y lenguajes y donde conviven antiguas y nuevas tecnologías».

Es por ello por lo que no cabe duda de que la educación mediática sirve para atajar las desventajas sociales de colectivos vulnerables a la exclusión tecnológica. Además resulta básico que se asuma una idea del cosmopolitismo alejada de los estereotipos que reproducen los medios de comunicación y que tenga en cuenta la reciprocidad en las relaciones sociales, no solo atendiendo al encuentro autóctono-migrante sino también al seno colectivo de origen extranjero. En el caso de las mujeres, la brecha digital debe tenerse especialmente en cuenta a la hora de plantear estrategias para paliar este hándicap y propiciarse así un acceso y uso igualitario de ambos sexos.

Contexto del proyecto

El proyecto **Macarena Remedia** trabaja en el entorno localizado del distrito sevillano de la **Macarena**. Esta zona es la que posee mayor densidad de población de Sevilla, suponiendo el 11% de la población total de la capital (77.187 personas censadas en este distrito). Además es uno de los barrios con mayor número de población migrante y donde el 22% del total de sus habitantes son personas mayores de 64 años (17.059 personas). Ante este panorama, y en su primera fase de ejecución, vimos indispensable trabajar con la comunidad migrante de la zona. Era importante trabajar con ella junto con el resto de la población y así propiciar encuentros en los que trabajar reflexiones en torno a los medios de comunicación y las tecnologías digitales desde diferentes imaginarios.

Esta fase, que consideramos la primera con la idea de continuar, la desarrollamos a través de 12 microtalleres de educación mediática impartidos en diferentes lugares del barrio, incluida la oficina de ZEMOS98 que se sitúa en él. No ha habido que poner un énfasis especial en buscar personas migrantes para cubrir las plazas destinadas a este colectivo, ya que esta comunidad es una realidad que está muy presente en la zona. De hecho la mayor parte de los participantes de los microtalleres pertenecían a este sector.

A lo largo de esta guía nos centraremos en exponer la experiencia que ha supuesto llevar a cabo esos 12 microtalleres, además de dejar constancia de la estructura de cada uno de ellos, su metodología y recursos generados. De esta forma queremos facilitar que el proyecto pueda llegar a ser replicable en cualquier zona y dejar en la Red una serie de materiales que puedan ser usados por cualquier ciudadana o ciudadano para su propio aprendizaje digital.

3.- Caso práctico.

Microtalleres y metodologías desarrolladas

La trayectoria de ZEMOS98, el grupo de profesionales de la comunicación, investigadores y educadores que está detrás de este proyecto, se ha construido a partir del mencionado concepto de educomunicación y también por la investigación abierta de Educación Expandida. La educación expandida, que tiene su origen en un Seminario Internacional que tuvo lugar en Sevilla y que luego ha generado publicaciones, documentales y encuentros asumidos por espacios como la Universidad Internacional de Andalucía en La Rábida y en Baeza, la Fundación Telefónica en Madrid y Buenos Aires, la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en Santander o la European Cultural Foundation en Varsovia plantea un espacio de acción y reflexión en el que entran en juego nociones de las pedagogías críticas, usos creativos de la tecnología y espacios de aprendizaje informales como laboratorios y talleres ciudadanos. La educación expandida se define desde la frase «la educación puede ser en cualquier lugar», es decir, la responsabilidad del hecho educativo debe ser común, no hay que dejarlo solo en las instituciones sino que hay que entender que desde la comunicación, desde la cultura hay que establecer diálogos intergeneracionales y abiertos con el sistema educativo. Es decir, poner sobre la mesa los valores de la escuela inclusiva, la compartición de conocimientos y la aprehensión de valores frente a la escuela normalizadora, coercitiva y centrada únicamente en formar para el trabajo. Con esta doble dimensión, la política y la práctica, afrontamos esta serie de talleres que ponen encima de la mesa la cuestión de las alfabetizaciones múltiples, el espíritu crítico y la dimensión social del aprendizaje.

> Microtaller de Facebook



Este microtaller se centra específicamente en el empleo de la red social Facebook para no iniciados. Se piensa en sus usos, en la privacidad con la que se comparte el contenido y se da una introducción general a los elementos que los usarios se encuentran al entrar en su cuenta.

Cuentas además con este manual que puedes encontrar en macarena.zemos98.org

> Objetivos

- > Comprender el funcionamiento de Facebook: amigos, páginas, publicidad, actualización de contenidos.
- > Entender qué implica compartir un contenido en una red social.
- > Conocer los diferentes grados de privacidad de Facebook.
- > Relacionar los mensajes emitidos por los usuarios de las redes sociales y los grupos de comunicación mediáticos.

> Materiales

Para el desarrollo de esta metodología se ha realizado en papel una reproducción de la interfaz principal de la Red social. Esto permite hacer tangibles sus elementos y facilita el intercambio entre los participantes en el taller.

Serán necesarios también rotuladores y cinta de carrocero.

> Desarrollo

Se realiza una primera introducción sobre la red social y se plantea a los participantes si la tienen y qué usos le dan.

Se hace necesario hablar del papel socializador que tiene y de la importancia que la tecnología tiene en la actualidad como articuladora de procesos sociales. En el caso de los jóvenes se detectan ciertos elementos importantes:

- > Las redes sociales están integradas en sus prácticas cotidianas.
- > Permiten una nueva forma de comunicarse, de relacionarse y de crear comunidades.
- > Es un medio más de socialización, tan importante o más que otros. Pero hay que educarles y advertirles en los riesgos que conlleva e incentivar un uso responsable. Han nacido directamente con estas herramientas y las tienen tan naturalizadas que no las cuestionan. No hacen un uso crítico de las mismas.
- > Lo que diferencia a las redes sociales es que permiten a los usuarios articular y hacer visibles sus redes y relaciones. Esto puede dar lugar a las conexiones entre los individuos que de otra manera no podrían conocerse.
- > Para los adolescentes tener un perfil en Facebook o en una red social significa administrar su personalidad: pueden presentarse como ellos quieren ser.
- > Pertenecer a un grupo es pertenecer a una comunidad real. Permite actuar como un yo colectivo.

Lo primero que se hace es crear un perfil en un formato de papel con algunos datos personales. Esto permite reflexionar en torno a qué datos cedemos a empresas, si son necesarios o no para abrir los perfiles y qué usos harán las empresas con los datos que sus usuarios les proporcionan.

Seguidamente se despliega el muro analógico que se ha creado y se analizan sus elementos: módulo para realizar publicaciones, motor de búsqueda, chat, grupos y publicaciones.

Se introduce de forma sucinta el módulo para publicar y todos los elementos que lo componen:

- > Amigos: esta opción permite etiquetar a una persona en la publicación que se realiza. Se utiliza especialmente cuando un usuario está realizando alguna actividad con otro y quiere compartirla en la red.
- > Ubicación: en caso de activarla incluye en la publicación la localización física desde la que se realiza la publicación.
- > Fotografía y vídeo: esta opción permite que se suba contenido multimedia a la red. Ofrece también la opción de etiquetar a contactos en un contenido.
- > Texto: para compartir publicaciones escritas.

A continuación en el muro virtual aparece una publicación de un contacto ficticio de la red social donde se comenta una noticia de actualidad, junto a comentarios de otros perfiles. Se explica entonces el papel de las redes sociales en cuanto a la difusión de noticias y contenidos de grandes medios. Se explica la necesidad de la lectura consciente y crítica de las publicaciones que los usuarios hacen en las redes sociales, así como la importancia de contrastarlas con diferentes fuentes. Con esto están íntimamente relacionados los rumores que copan las redes sociales en forma noticias ficticias o cadenas. La

Con esto están íntimamente relacionados los rumores que copan las redes sociales en forma noticias ficticias o cadenas. La alfabetización mediática pasa por saber qué mensajes son verídicos y cuáles no, así como por las competencias para realizar un contraste adecuado de contenidos entre emisiones de diferentes emisores.

Después, se propone al grupo realizar varias publicaciones. Se aprovecha este momento para hablar la importancia de la privacidad en las redes sociales y conocer los diferentes parámetros que Facebook ofrece para ello. Para más información sobre esto, puedes acudir a la web del proyecto <u>macarena.zemos98.org</u>

Para desarrollar las publicaciones, se agrupan a los participantes en parejas y se les asignan situaciones que deben compartir en la red. Las situaciones planteadas fueron las siguientes:

Hace tiempo que no podan los árboles de tu calle.

Ayer hizo mal tiempo y mucho viento y algunas ramas de los árboles cayeron encima de algunos coches que había aparcados.

¿Qué pondrías sobre este tema en tu publicación? ¿Qué tipo de publicación harías? ¿Qué privacidad pondrías?

Esta pasada noche ha nacido tu sobrina; un bebé sonrosado y con una maraña de pelo color castaño. Está sana, tanto su madre como la pequeña.

¿Qué pondrías sobre este tema en tu publicación? ¿Qué tipo de publicación harías? ¿Qué privacidad pondrías?

El sábado pasado el equipo de baloncesto de tu hijo jugó un partido. A pesar de su nerviosismo previo, su equipo ganó al visitante por 78 puntos a 55.

¿Qué pondrías sobre este tema en tu publicación? ¿Qué tipo de publicación harías? ¿Qué privacidad pondrías?

Imagina que hoy, en un día gris como este, te sientes algo melancólico o melancólica y comienzas a recordar tu lugar preferido de cuando eras pequeño o pequeña, dónde jugabas y qué hacías con tu familia los domingos.

¿Qué pondrías sobre este tema en tu publicación? ¿Qué tipo de publicación harías? ¿Qué privacidad pondrías?

Cada pareja de participantes debe elegir con quién comparte la publicación, qué texto es el más adecuado para ello y si incluye o no fotografías o vídeos del acontecimiento. Acto seguido se socializa y entre todos los participantes se comenta si la publicación es adecuada o cómo la habrían realizado de otra forma.

Finalmente se introducen elementos como las páginas de Facebook y la publicidad. Se menciona la importancia de que los usuarios comprendan que para las empresas responsables de las redes sociales con acceso gratuito, sus beneficios provienen de la venta de los datos de sus usuarios a terceros. Es por esto, que hay que ser especialmente cuidadosos con qué información se comparte y con la lectura y aceptación de los términos de privacidad y uso que tiene cada sitio web.

> Microtaller de fotografía con el móvil

Este microtaller quiso articular la idea de la importancia que en la actualidad desempeña la imagen tomada con el teléfono móvil, así como su potencial para la comunicación ciudadana de acontecimientos y hechos de actualidad. Se hizo así mismo un análisis de fotografías periodísticas, a partir de aspectos formales de su lenguaje.

> Objetivos

- > Entender el potencial del móvil como herramienta comunicativa.
- > Introducir a los participantes en el lenguaje y la técnica fotográfica.
- > Articular análisis de fotografías de prensa y publicidad atendiendo a aspectos formales y de contenido.
- > Reinterpretar de manera crítica fotografías tomadas de medios de comunicación de masas atendiendo a criterios de igualdad, clase social y demás estereotipos generados por los medios.

> Materiales

Para el desarrollo de este taller será necesario que los participantes acudan con su teléfono móvil, un ordenador con proyector y algunas revistas o periódicos.

Cuentas además con este manual que puedes encontrar en macarena.zemos98.org

> Desarrollo

Comienza la sesión pidiendo a los participantes que caminen por el espacio del taller presentándose y haciendo retratos de los componentes de la sesión. Estas primeras fotografías serán proyectadas posteriormente para proceder a un análisis técnico de cómo han sido realizadas y ofrecer unas primeras claves muy sencillas sobre cómo mejorarlas.

Posteriormente, se proyectan una serie de imágenes para proceder a su análisis en un nivel formal e introducir así distintos conceptos como la iluminación, los ángulos, o la altura a la que se toman las fotografías.

Estas son las imágenes que se proyectaron:



Juan Medina / Reuters

Con esta fotografía introducimos el concepto de ángulo. En este caso la imagen está tomada con un <u>ángulo picado</u> que sumado al gesto de Mariano Rajoy transmite una cierta vulnerabilidad del actual Presidente del Gobierno de España.



27 de febrero de 2009 (Reuters/Jim Young

En la fotografía de Barack Obama, el ángulo es el opuesto al picado. Se llama contrapicado y resalta la grandeza del sujeto fotografíado. El fondo desenfocado de la imagen resalta además su figura.

A continuación, se proyectó <u>este vídeo</u> para dar a entender la importancia de la iluminación en la imagen y cómo la colocación de los puntos de luz puede hacer variar las emociones que transmite la imagen.



Pablo Iglesias en el escenario de Vistalegre durante la celebración de la Asamblea fundacional de Podemos. \ Juan Luis Sánchez.

¿Qué podrías decir de esta fotografía de Pablo Iglesias? La conjunción del encuadre, donde resalta en grande la palabra puede, con el rayo de luz posterior y la doble aparición del líder de Podemos en la pantalla de televisión y en primer plano hacen que Iglesias parezca un dios capaz de todo.



Discurso inaugural de Pablo Iglesias en la plaza de Vistalegre (Madrid)/ Luis Sevillano

Cuando se enfrenta la imagen anterior a esta, tomada momentos antes, se entra en un conflicto ofrecido por la perspectiva. Frente a la imagen anterior donde el fotógrafo se acerca a Pablo Iglesias, en esta se distancia y toma una fotografía con un encuadre mucho mayor. Iglesias parece ahora un ser minúsculo que poco resalta frente a los demás miembros de la Asamblea General de su partido.

Es en este momento cuando se pide a los participantes que rehagan las fotografías que tomaron al principio de la clase atendiendo a los nuevos parámetros que se han comentado en el transcurso del taller.

Seguidamente se propone la proyección de estas dos imágenes:



Un hombre se mantiene encaramado en un poste de la valla de Melilla. / Santi Palacios (AP)

Se pregunta a las participantes sobre el contenido de la imagen y qué les evoca. Se explica lo que es un pie de foto y se anima a que entre todos pongan uno a esta fotografía.

Más abusos policiales a migrantes en 2013

Por: Lola Hierro | 05 de junio de 2014



Un hombre se mantiene encaramado en un poste de la valla de Melilla. / Santi Palacios (AP)

¿Qué ocurre cuando las imágenes aparecen descontextaulizadas? ¿Qué diálogo se produce entre una imagen y su pie?

Siguiendo con la proyección, es interesante comprobar cómo funcionan muchos contenidos publicitarios:



Campaña de Media Markt, año 2006.

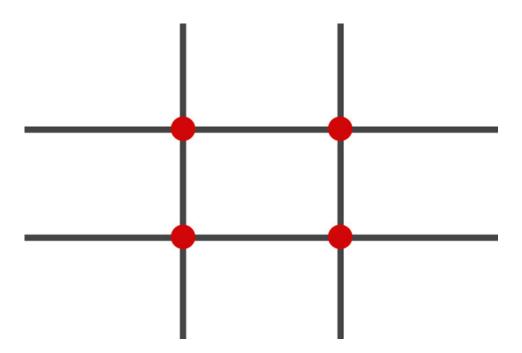


Campaña de Dolce and Gabbana, año 2007.

Se intenta comprender cómo la mayoría de los mensajes publicitarios son sexistas. Objetualizan el cuerpo de la mujer y lo utilizan como reclamo para el consumo. Son además espacios donde se reafirman los cánones heteropatriarcales que dejan a la mujeres en lugares donde el hombre puede hacer con ellas lo que quiera y como guiera.

Se cierra la sesión comentando algunos trucos para hacer mejores fotografías:

- > Iluminación: colocar al sujeto u objeto que se va a fotografiar enfrente de la luz, evitando que esta quede detrás, ya que se obtendrá una imagen a contraluz que impedirá ver los detalles de la fotografía. También hay que evitar que el foco de luz incida directamente sobre el objetivo de la cámara. Se tendrá en cuenta que cuanta menos luz capte la cámara, más tiempo de exposición empleará, por lo que se corre el riesgo de obtener una fotografía trepidada (ligeramente movida). Enfoque selectivo: Está disponible en la mayoría de smartphones. Para hacer un buen uso, hay que comprobar que el foco está en el sujeto protagonista, tocando sobre él en la pantalla antes de hacer la foto. De esta forma se ajusta la exposición a la luz y en teléfono enfocará de manera automática.
- > Resolución: Se debe usar la más alta que permita el teléfono, para que calidad no se deteriore.
- > **Zoom:** Se tratará de no recurrir a él, ni al digital y al óptico. El zoom en los teléfonos móviles se limita a recortar la imagen, por lo que la calidad que se obtiene es mucho menor.
- > Imágenes movidas: Hay que evitar hacer este tipo de tomas. Hay que tener en cuenta que las cámaras móviles necesitan un poco más de tiempo para capturar la imagen que una cámara de fotografía convencional. Así, se sujetará la cámara firmemente durante todo el proceso de captura. Para ello, encontra una postura que dé mayor estabilidad e incluso pueden buscarse puntos de apoyo en alguna superficie o contener la respiración para minimizar la vibración.
- > Composición: Hay que cuidar mucho este aspecto. Es evidente que al hacer una toma no hay que cortar las partes del objeto que aparece en la imagen y que para evitar la sensación de que la foto está torcida, se debe alinear la imagen a algún objeto que aparezca en la toma, a modo de guía. También es bueno conocer la técnica de composición utilizada tanto en fotografía como en pintura, vídeo y diseño, conocida como la «Regla de los tercios».



El objetivo no es otro que conseguir belleza estética a través del equilibrio y la armonía de los elementos que aparecen en la imagen. Para llevarla a cabo no hay más que dividir la imagen en nueve partes iguales, cuyos puntos de intersección de las líneas trazadas son los llamados centros de atención. Es en ellos donde se debe colocar el sujeto principal. Si existe un sujeto secundario debe colocarse en el punto opuesto diagonalmente. Se suele decir que cuando existen dos o más puntos de atención de parecida fuerza al principal se establece una competencia entre ellos que crea confusión en el espectador.

> Microtaller de vídeo con el móvil

La democratización de las herramientas tecnológicas ha supuesto para la ciudadanía el acceso a la producción de su propio contenido audiovisual. Cada día son más las personas que graban imágenes con su teléfono y con un simple toque de panta-lla pueden compartirlo en plataformas como YouTube o Vimeo. Este taller se enfoca en lectura y análisis crítico de mensajes mediáticos en formato vídeo y en el aprendizaje de técnicas para grabar vídeos con el teléfono móvil aprovechando las características especiales del mismo.

> Objetivos

- > Comprender que los discursos audiovisuales tienen un lenguaje propio que significa.
- > Introducir los conceptos básicos de la grabación de vídeo.
- > Rehacer los mensajes de los grandes medios y compartirlos.

> Materiales

Cada participante debe acudir al taller con su teléfono móvil. También serán necesarios un ordenador con conexión a Internet y un proyector.

Cuentas además con este manual que puedes encontrar en macarena.zemos98.org

> Desarrollo

Comienza el taller pidiendo a los participantes que graben algo de su entorno próximo que les gustaría compartir. Algo que consideran especial o que quieran visibilizar. Cuando terminen, les pedimos que lo compartan y cuenten por qué lo han grabado así y que expliquen el contenido.

Acto seguido, compartimos y visualizamos en grupo dos noticias. La idea es desgranarlas entre todas, decodificar el mensaje y ver qué posición tiene cada participante ante ella. En el taller desarrollado, proyectamos dos:

Vídeo de la Macarena + Mongolia.

En esta noticia resulta especialmente interesante cómo se construye la imagen de Andalucía en torno al folklore. Lo son también las personas que aparecen en el vídeo, las entrevistadas. Esta noticia también da pie a hablar sobre la libertad de expresión y sus límites.

Vídeo sobre la muerte de la Duquesa de Alba.

¿Cómo está construida esta noticia? ¿Dónde ha sido grabada? ¿Quiénes aparecen en ella?

Tras los dos vídeos, puedes introducir los tipos de plano y hablar de su expresividad. Encuentra esta información en la guía anexa o en <u>macarena.zemos98.org</u>

Se aportan además algunos consejos de grabación:

> Encuadre: esta palabra significa qué es lo que seleccionamos dentro del plano y que queda fuera. Es muy importante que, por ejemplo, en una entrevista no se corte la cabeza del entrevistado. En las entrevistas también se suele poner a un

lado al entrevistado y dejar un espacio vacío al otro lado que se conoce como 'aire'. Este 'aire' se deja en el lado hacia el que mira el personaje. Recuerda, al grabar con el móvil, la vibración o el movimiento de la mano que lleva la cámara es muy molesto, así que trata de moverte lo menos posible e ingeniatelas para inventar algún tipo de soporte para la cámara. Graba con el móvil en horizontal, porque si grabas en vertical, el plano se ve luego en vertical y no son las proporciones que soporta Youtube o cualquier plataforma de vídeo.

- > **Iluminación:** al grabar con el móvil, habitualmente nos ocurre que las imágenes aparecen muy oscuras. Lo mejor es que no te grabes con el sol a la espalda, sino de cara al sol, con el móvil apuntando hacia él para que la luz te dé en la cara. Si estás en un interior donde no hay suficiente luz, coge un flexo o una lamparita de mesita de noche para iluminar lo que quieres grabar. Experimenta con esto y conseguirás resultados sorprendentes.
- > **Sonido:** ¡recuerda no tapar el micrófono del móvil! Si estás haciendo una entrevista, haz el plano cercano a la persona que entrevistas para que se oiga bien. Este es un aspecto que se suele descuidar pero que en realidad es sumamente importante.

Pide a los participantes que graben todos los tipos de plano en grupo y que observen todo lo explicado en la práctica. No pueden perder de vista los últimos consejos aportados.

Se centra ahora el taller en análisis de discursos publicitarios. En el taller desarrollado, por la época, se utilizó el anuncio de la Lotería de Navidad y otro de la compañía Coca Cola.

¿Cómo se suben vídeos domésticos a plataformas de difusión? ¿Es muy complicado volcar contenido en YouTube o Vimeo? Se cierra el taller atendiendo a esta cuestión. Para ampliar la información, te remitimos de nuevo a la guía.

> Microtaller de Twitter

A través de este microtaller se pretendría introducir a los usuarios en la red social de microblogging Twitter. Si bien Facebook es la plataforma con más usuarios, Twitter es la que ha experimentado un crecimiento más grande en los últimos años. Sus usos, entresijos y su potencial como medio comunicativo ocupan el centro de este taller.

> Objetivos

- > Introducir el concepto de microblogging
- > Familiarizarse con palabras como tuit, retuit, favorito, seguidor o hashtag.
- > Comprender el papel de Twitter en acontecimientos como el 15M, Occupy Wall Street o Occupy Gezi.

> Materiales

Para el desarrollo del taller será necesario contar con un ordenador con proyector y dos ordenadores o tablets para trabajar con los usuarios. Cuentas además con <u>este manual</u> que puedes encontrar en <u>macarena.zemos98.org</u>

> Desarrollo

Empieza la sesión preguntando a las participantes sobre si tienen perfil en Twitter. Si alguno tiene, sería interesante preguntar qué uso hacen de la misma. También puede ser interesante preguntarles si les suenan palabras como trending topic, hashtag o follower. Son palabras que están presentes diariamente en los medios de comunicación y que de alguna forma les sonarán. Seguidamente, se procede a la introducción de todos los conceptos teóricos que pueden encontrarse en la guía. Siempre se intenta que los participantes aporten algo de información, evitando que la sesión se convierta en una conferencia al uso.

Se propone en estos momentos un simulacro para ver cómo publicarían los participantes información sobre un hecho que pudiera ocurrir en su barrio. Se les presenta esta noticia ficticia:



La calle José Maluquer será la primera en peatonalizarse

Zoido peatonalizará el 85% de las calles de la Macarena

El Ayuntamiento tiene previsto acabar las obras antes de las próximas elecciones municipales

M.R. | Sevilla

l pasado 10 de octubre el alcalde Juan Ignacio Zoido aseguró en rueda de prensa que el próximo mes comenzarán las obras para peatonalizar las calles del distrito Macarena. La intención es disminuir la incidencia de la contaminación en la zona antes de las próximas elecciones municipales. El Ayuntamiento facilitará plazas de aparcamiento en la Cartuja para combatir el déficit de aparcamiento que acarreará la medida

Macarena Remedia, recurso propio (cc)

Dividimos al grupo en dos y les damos un ordenador a cada uno con el que deben escribir y publicar tuits a favor o en contra de este hecho. Tienen que pensar además un hashtag para etiquetar todo el contenido que publiquen en torno al mismo y pensar cómo compartir la información que es más interesante y necesaria en solo 140 caracteres.

Finalizado este juego, se propone a los participantes un recorrido por los principales acontecimientos en los que Twitter ha jugado un papel importante.

> Microtaller de blogs

¿Qué es un blog? ¿Cuándo aparecieron? ¿Sigue teniendo sentido su uso con la aparición de otras herramientas digitales? El microtaller de blogs de Macarena Remedia pretende reflexionar en torno a estas cuestiones así como dar herramientas a los participantes para que abran este tipo de espacios virtuales y sepan dotarlos de contenidos.

> Objetivos

Conocer el origen de los blogs y sus usos. Conocer un poco de la historia de la web

Crear de forma colectiva un blog y alguna de sus entradas.

Entender la estructura de las entradas de los blogs en relación a la estructura de las noticias del periodismo impreso.

Comprender que Internet tiene un lenguaje propio y empezar a utilizarlo.

> Materiales

De nuevo serán necesarios un ordenador y un proyector que servirán como herramienta auxiliar para conducir el taller. También te serán útiles cinta de carrocero, papel A3 y rotuladores de colores.

> Desarrollo

Este taller se da en un contexto donde los participantes no conocían la existencia de blogs. Es por ello que parte de un nivel muy básico y que se hablará de la exposición de contenidos básicos acerca de cultura digital e Internet. Se remitirá al manual realizado para los participantes en estos casos. El manual se encuentra en los anexos de esta guía y en la web del proyecto macarena.zemos98.org

Comienza la sesión preguntando a los participantes qué es un blog. Siempre hay personas que pueden aportar alguna información a partir de la cual empezar a construir entre todas el conocimiento. Después los facilitadores hacen un recorrido histórico desde la aparición de Internet hasta la aparición de los blogs y la revolución que supusieron en la publicación y sindicación de contenidos.

Después se agrupan a los participantes en pequeños grupos. Cada uno de ellos debe pensar en un tipo de blog atendiendo a su temática, título y la dirección que les pondrían. Es un buen momento para hablar de la idea de URL y su funcionamiento. Además, se introduce el concepto de dominio propio y subdominio de un servidor de blogs.

¿Qué similitudes hay entre la estructura de una noticia y la de una entrada de un blog? Ambas comparten muchas similitudes: titular, entradilla, cuerpo de texto o pie de foto forman parte de ambas.

Sin embargo, Internet tiene un lenguaje propio y característico. Está marcado por las reglas de la netiqueta, que indican cosas tan simples como que en Internet escribir en mayúsculas es gritar. ¿Las conoces?

También se explica la existencia de hipervínculos, que permiten a los lectores ampliar la información sobre un tema determinado con un solo clic. Esto lleva a hablar de la lectura análogica y la lectura en la Red, a comparar la linealidad de la primera con la fragmentación de la última.

También hay que pararse en que es necesario usar un lenguaje sencillo y explicar que los textos cortos predominan frente a los largos.

Por último, los facilitadores introducen los conceptos de categoría y etiqueta. Estas herramientas permiten clasificar el contenido y hacerlo accesible de forma más sencilla.

Llega el momento de pensar en la primera entrada de un blog. Cada grupo deberá posicionarse respecto a una noticia local o hiperlocal y hacerla en papel. Esto permite que el diálogo sea más sencillo: en lugar de estar todos mirando a una pantalla donde solo una persona controla la herramienta pueden hablar mirándose a la cara y aportar desde diferentes puntos de

vista. Es importante que incluyan un titular, que piensen en hipervínculos, en las etiquetas y categorías. Luego hay que socializarlo y comentarlo entre todas.

Llega ahora el momento de cerrar la sesión hablando sobre diseño y usabilidad. Algunas veces es complicado comprender que las cosas suelen funcionar mejor cuando son más sencillas y aunque las comparaciones son odiosas, es útil proyectar blogs barrocos y recargados y otros con un aspecto sencillo para comprobar en cuál de ellos la lectura es más cómoda.

Aunque parezcan en desuso, los blogs son hoy una herramienta potente. Ponen al servicio de la ciudadanía espacios para exponer ideas, debatir y encontrar lugares comunes donde dialogar con personas de todo el globo.

> Imagina San José Obrero: talleres de vídeo participativo



Imagina San José Obrero es una creación audiovisual colectiva y participativa junto al alumnado de un colegio de primaria. No es un colegio cualquiera, se trata del CEIP San José Obrero de Sevilla, que destaca por su modelo educativo. Para ello, se organizaron laboratorios y talleres artísticos con alumnado y profesorado del centro en los que se reflexionó desde el juego y la creación audiovisual, sobre asuntos como la interculturalidad, la igualdad de género y otros temas transversales. De esta forma se dotó a los participantes de las herramientas y conocimientos acerca de las Nuevas Tecnologías de la Información, y en concreto sobre la tecnologías audiovisuales a través de metodologías que facilitaron su interiorización y la elaboración de un vídeo colectivo como resultado final del proceso.

El guión fue elaborado de manera colectiva y fue la base para estructurar la pieza audiovisual resultante, un proceso que puso en contacto a los participantes con los procesos artísticos y la cultura audiovisual.

> ¿Por qué el CEIP San José Obrero?

Este colegio, situado en Polígono Norte de la ciudad de Sevilla, centra su trabajo educativo en los valores. En su plan de centro destacan: "Deseamos que la identidad de nuestro centro y, por tanto, sus grandes ejes de actuación queden perfilados de una manera muy definida. Nuestro proyecto parte de una educación en valores, donde la inclusión y la igualdad es la base de nuestro trabajo diario."

Este centro, creado en los años 70, se encuentra en una de las zonas de mayor asentamiento de personas migrantes de Sevilla. Y, desde mediados de los 2000, va incrementando su población migrante, al mismo tiempo que la población natural de años anteriores va envejeciendo y abandonando el barrio. En la actualidad, el alumnado de familias migrantes, de más de 34 países diferentes, supera el 50% del alumnado del centro. Esto, lejos de ser un problema, es una oportunidad, como en tantos otros sitios especiales, para desarrollar unas metodologías y unos proyectos dignos de su puesta en valor.

Entre otros premios, el centro ha recibido el Premio Andalucía de migraciones y tiene un especial apoyo por parte de la Delegación de Educación a las necesidades educativas y programas de aplicación en el centro. ¿Puede ser este un centro pionero para pensar y remezclar la idea de Europa? ¿Es una burbuja dentro de los muros escolares? ¿Dar a conocer su labor y aprender a trabajar con valores como los que plantea Remapping Europe puede generar sinergias que hagan mover al sistema educativo hacia otros lugares?

La escuela es el primer lugar donde los niños y niñas migrantes se enfrentan a la nueva realidad. Es donde viven la primera experiencia de adaptación a una nueva cultura y donde reciben la aceptación o no de su especificidad. También es el lugar donde sufren las primeras contradicciones entre lo que es su propia cultura y la mayoritaria que representa la escuela. Aquí sienten la primera impresión de ser diferentes.

Puedes ver el vídeo completo aquí.

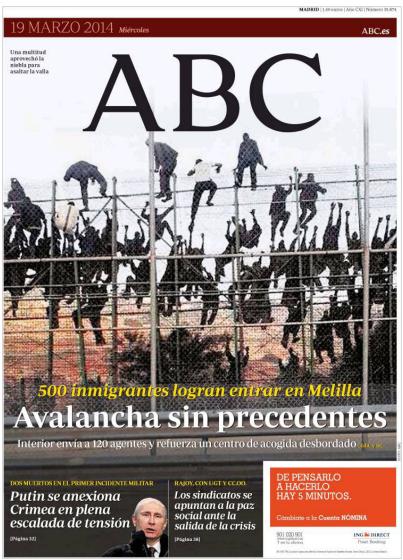
4.- Reflexiones:

Sobre multiculturalismo y migración en los medios de comunicación

Los medios de comunicación de masas cumplen una función clave en el marco de las sociedades modernas garantizando el acceso a la información a la mayor parte de la población y alimentando la salud de la toma de decisiones democrática. En las últimas décadas, con el avance de las políticas neoliberales más crudas y la entrada de los medios de comunicación en bolsa, esta función se ha ido deteriorando muy rápidamente; este fin último ha venido a ser sustituido por la obtención de los máximos réditos económicos posibles, lo que ha implicado el olvido de la función social fundamental de los medios como informadores en nuestras sociedades.

Se vuelve a hacer fundamental, en este terreno resbaladizo de cifras y estadísticas, desarrollar esta capacidad comunicadora de los medios para volver a instalarlos como garantes de una sociedad democrática. Estas necesidades han venido a ser cubiertas por entidades y medios alternativos y contrainformativos cuyo alcance es, por lo general, bastante inferior al de los medios tradicionales. Junto a la producción de imágenes alternativas, se evidencia la obligación de incidir en la producción de hegemonía que se consolida desde los mensajes de los medios dominantes, ahora guiados por la obtención de capital y el control de la sociedad más que por el fomento de la participación crítica de la ciudadanía.

La noción de ciudadanía es, precisamente, uno de las que hay que poner en crisis cuando hablamos de medios de comunicación de masas y migraciones. Estos medios, además de cumplir la función informativa, funcionan como elementos de cohesión social en torno a identidades y orientan si no modifican la percepción que se tiene sobre las personas, colectivos y objetos que no se consideran fuera del espectro de la normalidad. Es en este discurso sobre los migrantes en el que los medios de comunicación han invertido más esfuerzos en el último año. Las portadas de los periódicos se han llenado de imágenes que reproducen estereotipos sobre los migrantes provenientes de África y que han convertido las vallas de Ceuta y Melilla en la materialización de la migración en los imaginarios de los espectadores de esos medios.



portada ABC 19 de marzo de 2014

El ejemplo de la portada del ABC del 19 de marzo de 2014 puede servirnos de análisis para explicar el estado de la migración en el imaginario social. Lamentablemente, esta portada no ha sido un caso aislado, otros periódicos como El Mundo o El País han repetido esquema, fotografías y titulares. En los medios de comunicación de masas, ninguno de los muertos en los diferentes accidentes producidos en Ceuta o Melilla ha aparecido con nombres y apellidos. Es la herramienta más básica de deshumanización de los personas que han tratado de cruzar la frontera por el sitio más difícil porque no disponen de los medios económicos que exigen venir en avión o incluso en patera: negar sus nombres, negar que son personas. La lectura de la imagen sugiere sin disimulo alguno que son animales encaramados a una valla, como si de un zoo se tratara. Y esta imagen de personas animalizadas se cierra con el aviso de un peligro incalculable: avalancha. La entrada de migrantes a través de las vallas de Ceuta y Melilla supone alrededor de un 1% de la entrada irregular de migrantes en España, sin embargo es el espacio donde los medios de comunicación han escenificado el miedo al otro. Este discurso de xenofobia encubierta bajo datos falseados e imaginarios perversos ha venido a concretarse y a calar en diferentes estratos de la sociedad, si bien no de manera explícita hasta el momento, sí que de una manera sutil que va ganando terreno gracias al apoyo de muchos de los medios de comunicación. Ejemplo de esto son las noticias que cada año hablan de la sorpresa que supone que niños inmigrantes canten el Gordo o premios importantes de la <u>Lotería de Navidad</u>, y las reacciones que despierta.

En otra noticia publicada por el periódico El País, se afirmaba que, tras el choque de una lancha de la Guardia Civil con una patera en la que navegaban varias mujeres con sus bebés, muchas de estas amenazaron con lanzar a los niños al agua si no se les permitía continuar. Sin embargo, el diario Público ofrecía una versión diferente de los hechos, desconfiando de la versión de los guardias civiles y los poderes establecidos, anunciando que las mujeres trataban de avisar de que llevaban niños; no pretendían en ningún momento lanzar a sus propios hijos al agua. Este es otro caso en el que un medio de comunicación

<u>deshumaniza a las víctimas</u> generando una alerta innecesaria bajo la que se oculta un miedo a lo desconocido que promueve procesos de exclusión social peligrosos para la salud de la convivencia en sociedad.

Los medios de comunicación de masas han de dejar de entender la función identitaria que cumplen como un proceso excluyente, han de dejar de representar a los migrantes como los 'otros', han de empezar a hablar en primera persona del plural, porque forman parte de nuestras comunidades, tienen nombres e historias enriquecedoras, convivimos y escribimos nuestra historia en común. La salud de una sociedad se ha de empezar a medir a través de indicadores que tengan en cuenta la interculturalidad como elemento clave.

Es por esto que la primera recomendación, que nos lleva de nuevo al primer punto de la cuestión, es dejar de entender los medios de comunicación de masas, en especial los de titularidad pública, como organizaciones cuyo fin último es la acumulación de capital. Hay que volver a entender un periódico, una televisión o una radio como adalides de la democracia, como herramientas de inclusión social. Una inclusión social amplia es uno de los puntos de partida indispensables para una democracia sana. En otras palabras, los migrantes construyen realidad en los territorios que habitan, y para ser justos con esa realidad, ésta ha de estar representada no por corporaciones con intereses ocultos, sino por un periodismo que persiga el bienestar social.

5.- Usos.

De los medios de comunicación digitales y de las redes sociales para diseminar un mensaje diferente de la vida de las personas migrantes



La democratización tecnológica, desde el nacimiento de la Web 2.0 con la explosión de las bitácoras digitales o blogs, ha acarreado cambios irreversibles en la sociedad. Paralelamente y como consecuencia del desarrollo tecnológico, también se ha producido una democratización del conocimiento gracias a la colaboración entre personas. Las tecnologías digitales nos ayudan a recordar algo que, en la premura del capitalismo, podríamos estar olvidando: nuestra predisposición a cooperar y a compartir conocimiento.

En palabras del sociólogo Robert Putman, «[...] los procesos de apertura y flexibilización encuentran otros significados en la economía de las redes, en la cual Internet y los multimedia hipervinculan múltiples manifestaciones de la creación y la comunicación humana. La abertura propia de las redes puede entenderse, en ese sentido, como un espacio para la resistencia, como atomizador de los recursos monolíticos que facilita la circulación de expresiones diversas y la personalización de entrega de mensajes». De hecho en la Red se generan dinámicas y prácticas que construyen otro tipo de relaciones humanas y otras formas de organización y desde ahí, crean flujos de intercambio que permiten la construcción colectiva de conocimiento.

Este nuevo ecosistema, donde las prácticas que se generan en el mundo online se extrapolan al offline (de hecho cada vez existe menos distinción entre ambos), ha propiciado que la audiencia, antes llamada pasiva y que se limitaba a consumir los mensajes de los medios, sea ahora una audiencia activa y productora de sus propios contenidos. Esto hace que la libertad de expresión tenga una gran importancia en la Red, donde los debates son una constante y la difusión de opiniones y discursos contrainformativos crean una atmósfera rica que rompe con la hegemonía informativa antes controlada en exclusiva por los medios de comunicación. Gracias a las redes ahora se generan discursos divergentes, críticos y que difieren de los dominantes, lo que posibilita alterar valores consolidados y permiten configurar otro tipo de imaginarios sociales y «lenguajes de la posibilidad» que favorecen encontrar nuevas formas de ver y pensar la sociedad diferentes a las hegemónicas.

En este punto, las redes sociales son una herramienta indispensable en el contexto de los sectores de la población más vulnerables, ya que gracias a estos canales pueden idear y construir otros significados e imaginarios diferentes, que posibiliten nuevos lenguajes y valores. En el ámbito de la migración, permite subvertir los discursos de los medios de comunicación para visibilizar la realidad que viven las personas que pertenecen a este colectivo, además de construir su propia historia. El problema reside en el acceso de estas comunidades a las tecnologías digitales, un punto en el que la educación mediática y la alfabetización no se pueden descuidar.

Deben potenciarse herramientas como la remezcla política. La remezcla permite que los ciudadanos se conviertan en usuarios de la cultura al tener la capacidad para modificarla y recrearla fácilmente gracias a las tecnologías digitales. Surge un ejército de potenciales creadores que pueden participar en la construcción de la cultura, más allá de su simple consumo. (Adolfo Estalella).

Internet, la contrainformación, los medios digitales alternativos y las redes sociales, funcionan como cierto contrapeso o vigilancia de los grandes grupos mediáticos, lo que en ocasiones obliga a estos medios a poner el foco donde por sí solos no lo pondrían.

6.- Experiencia del

Proceso. Conclusiones.

A.- Empezamos. Entrevista con colectivos del barrio. Noche en blanco.

Nuestra nueva localización en la ciudad -con su correspondiente mudanza de por medio- y nuestro nuevo local a pie de calle, nos lo puso fácil a la hora de reflexionar sobre intervenir en nuestro nuevo barrio. En una fase previa de análisis, realizamos diversas entrevistas a diversos colectivos de la zona: asociaciones culturales, organizaciones, asociaciones de vecinos, comunidades, etc. La idea era recabar información sobre los agentes de barrio, conocer su visión del entorno y su relación con las herramientas de comunicación y participación.

Durante esa fase, descubrimos el CEIP San José Obrero, ubicado en la barriada del Carmen. Gracias a la facilidad que nos dieron desde la dirección del centro, pudimos llevar a cabo los <u>talleres de vídeo participativo</u>. Como resultado, se produjo la pieza *Imagina San José Obrero*, y el proceso nos abrió las puertas a seguir interviniendo en su comunidad. Todo el trabajo realizado en esta escuela fue enriquecedor y nos ofreció oportunidades de seguir realizando actividades en él durante el proyecto y en el futuro.

Más tarde, quisimos aprovechar la oportunidad que brinda a la ciudad la iniciativa de la <u>Noche en Blanco</u> para presentarnos al barrio junto con Macarena Remedia. Así, organizamos una actividad abierta en la que dimos a conocer a los vecinos el proyecto y proyectamos el resultado de una de las actividades llevadas a cabo en él: *Imagina San José Obrero*.

B.- Reuniones de participación.

En un barrio como la Macarena, somos muchos los colectivos que trabajamos con la ciudadanía en diferentes ámbitos y con diferentes fines. Nosotras llegamos hace poco y no conocíamos a nadie. Necesitábamos encontrarnos y saber qué hacían los demás. Teníamos ganas de conocer amigas con las que empezar a trabajar y que nos guiaran por las calles del barrio.

Gracias a las entrevistas que concertamos con las distintas entidades, conocimos a <u>CODENAF</u> (Cooperación y Desarrollo con el Norte de África). Ellos estaban organizando reuniones periódicas donde diferentes agentes sociales y ciudadanos del barrio se reunían para compartir recursos, experiencias e ideas. El tema central giraba en torno a la participación en el barrio. Nos inquietaba especialmente qué interesaba a los vecinos y las vecinas de la Macarena, cómo podíamos hacerles llegar nuestras actividades o cómo podíamos mutarlas hasta hacer que las sintieran suyas.

Hablamos de la importancia de los procesos, de trabajar con la ciudadanía mano a mano en su desarrollo y gestión. También de la dificultad de los proyectos, de sus tiempos y de las actuaciones dispersas que generan. De cómo podría trasladarse a

las Administraciones los problemas que derivan de estas contradicciones.

Escuchamos juntas a Marco Marchioni que nos habló de las consecuencia de las políticas sociales asistencialistas, de la fragmentación social que puebla los territorios y del liberalismo en las prácticas ciudadanas.

C.- Microtalleres.

Los microtalleres se han ido desarrollando en distintos puntos del distrito Macarena. Uno de los más importantes ha sido el colegio San José Obrero, ya que nos brindó la oportunidad de trabajar tanto con menores como con padres. En el seno del centro, trabajamos de manera integral al dedicar actividades a los distintos integrantes de su comunidad. En este sentido los resultados obtenidos fueron muy positivos, ya que además de llevar a cabo nuestro programa y ayudar a padres y madres a familiarizarse con las herramientas digitales y la construcción de mensajes mediáticos, el grupo se consolidó como agente activo en el colegio. De esta manera paralelamente a los talleres, organizaron eventos en beneficio de la comunidad del centro, creando un clima propicio a la participación.

D.- Conclusiones. Problemas detectados.

El proceso de ejecución de Macarena Remedia no ha sido fácil. Construir una comunidad en torno a un proyecto nuevo es una tarea complicada, y requiere de unos tiempos más largos y constantes de los que hemos tenido. En primer lugar, consideramos que para el trabajo de campo, el contacto con colectivos y grupos del distrito debería de habérsele dedicado más tiempo. No es sencillo integrarse en la vida de un barrio y comenzar a trabajar en red desde cero. Pese a ello, consideramos muy positivo los encuentros de participación propiciados por Codenaf. Gracias a ellos hemos conseguido ir integrándonos en la dinámica de la zona conociendo los trabajos y la trayectoria que se lleva realizando en él.

Otra cuestión que hemos observado a lo largo del proceso es que en la Macarena existen multitud de colectivos y asociaciones. Hay muchos indicios de participación dirigidos a la lucha de diferentes causas o que simplemente pretender reunir personas con unos intereses comunes. En este sentido el distrito es activo. El problema es que estos grupos permanecen atomizados y en pocas ocasiones entran en contacto. Cada uno trabaja de manera independiente hacia sus objetivos sin tener en cuenta que puede haber otros grupos que estén esforzándose en la misma línea y con los que pueden confluir. Por tanto, el trabajo en red se produce poco, lo que dificulta la labor.

En cuanto a la lectura crítica de medios y la alfabetización mediática, hemos advertido que no se trabaja de manera directa en la población, o al menos desde un enfoque crítico. Existen iniciativas que ayudan a los adultos a integrarse en el mundo de la tecnología (algo necesario porque muchos no saben desenvolverse en él) pero desde unas metodologías transmisivas, sin partir desde el diálogo o desde los principios de la educación mediática. No se aprovechan las posibilidades que ofrecen estas herramientas para crear ciudadanía, ya que se limitan a enseñar el uso de las mismas sin aportar reflexiones o enfoques críticos que puedan incentivar otras miradas hacia la realidad. No se trabajan las implicaciones sociales, culturales y educativas del uso de las TIC y no se usan para fomentar encuentros en los que se desarrollen aprendizajes significativos. Tampoco se promueven los modelos de enseñanza basados en la colaboración, la solidaridad y la interacción.

Tras nuestra experiencia, creemos necesaria la continuidad de iniciativas que centren la enseñanza de las TIC y la lectura de los medios de comunicación en procesos que reconozcan el diálogo, la capacidad de todos los integrantes de un grupo a enseñar y a aprender; que se abran a otras miradas y enfoques divergentes que favorezcan el principio de incertidumbre. Procesos en los que las opiniones y visiones de los diferentes miembros de un grupo sean parte del aprendizaje del mismo.



Macarena Remedia es un proyecto organizado y producido por:



> www.ZEMOS98.org

Financiado por:



> www.juntadeandalucia.es/organismos/presidencia.html

> Web: macarena.zemos98.org

> Email: macarena@zemos98.org

> Facebook: https://www.facebook.com/MacarenaRemedia

> Flickr: https://www.flickr.com/photos/zemos98/collections/72157648024202797/

Este manual ha sido elaborado por **Macarena Remedia**, una iniciativa del colectivo ZEMOS98, bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 3.0.

7-Anexo: manuales.



Manual para configurar nuestra privacidad en Facebook

Desde los inicios de Facebook, sus condiciones de privacidad han ido cambiando y han sido objeto de críticas y debates. A día de hoy sigue cambiando, en el afán de la red de evolucionar y adaptarse mejor a lo que consideran que necesitan sus usuarios.

En una plataforma como Facebook, donde subimos cada día información personal, como fotografías, nuestros lugares favoritos, eventos, datos personales, etc. es importante que comprendamos las opciones que tenemos disponibles para guardar, en la medida en la que está en nuestra mano, la privacidad de nuestro perfil. Mediante este manual te guiaremos a través de varios puntos para que consigas entender y configurar la privacidad en Facebook que consideres adecuada para ti. Así que vamos allá.

Nuestro recorrido pasa por estos puntos:

- 1. Quién puede interactuar con la información que compartimos en Facebook y con nuestro perfil.
- 2. Cómo configurar las listas de amigos en Facebook.
- 3. Cómo controlar la privacidad de las fotografías compartidas en Facebook.
- 3. Cómo configurar la privacidad del chat de Facebook



1. ¿Quién puede interactuar con mi perfil?

Nuestro perfil en Facebook es nuestro espacio personal donde se recoge nuestra información y nuestra actividad (fotos, publicaciones...), como nuestra ficha o nuestro yo virtual en la red social. Para poder configurar quién puede interactuar con nuestro perfil, debemos definir estos aspectos:

- Quién puede añadir contenido a mi biografía
- Quién puede ver contenido en mi biografía
- Cómo puedo gestionar las etiquetas que otros añaden y las sugerencias de etiquetas

Estos son los aspectos que podemos configurar con respecto a nuestro perfil. En general, Facebook nos permite varios niveles de filtrado, es decir, varias opciones para configurar quien puede interactuar con nuestro perfil. Veámoslas:

• **Público:** a veces llamado «Todos» y permite que el contenido esté disponible para todo el mundo, tanto dentro como fuera de Facebook.



- Amigos de mis amigos: el contenido queda disponible para tus amigos y sus amigos.
- Amigos: solo pueden ver el contenido tus amigos o contactos en Facebook. Amigos excepto conocidos: No está disponible para tus amigos que has marcado como «conocidos»
- Solo yo: contenido que únicamente podrás ver tú y nadie más.
- **Personalizado:** es una configuración avanzada que te permite personalizar de manera más minuciosa quién puede ver tus cosas y quién no.

Al hacer clic en Personalizado se abre una pequeña ventana donde se puede elegir exactamente no solo quien tiene permiso para ver, sino a quien se le prohíbe.



Manual para configurar nuestra privacidad en Facebook



Con estas opciones de filtrado podemos configurar diferentes partes de nuestro perfil. Puedes permitir que sólo una o más listas de amigos interactúen con tu cuenta o decidir quién no quieres que interactúe.

Para acceder a estas opciones, debemos hacer clic en la fecha que aparece en el menú superior en la parte de la derecha, próximo al botón de inicio. Una vez ahí accedemos a configuración.





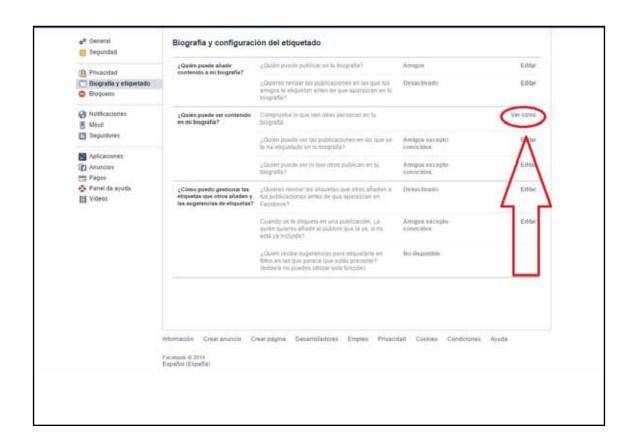
Manual para configurar nuestra privacidad en Facebook

Una vez en el menú de configuración, pinchamos en el menú de la izquierda en la pestaña de **Biografía y etiquetado**:



Todos estos campos son editables e independientes. El aspecto más importante viene en la parte de etiquetado. Cuando uno de nuestros contactos sube una fotografía o publicación y nos etiqueta, debemos tener en cuenta que, esta publicación no solo es vista por nuestros contactos en función de nuestra configuración, sino también por todos los contactos de la persona que ha subido esta fotografía o publicación. Por ello, es recomendable que activemos la opción «¿Quieres revisar las publicaciones en las que tus amigos te etiquetan antes de que aparezcan en tu biografía?». De esta forma antes de ser etiquetado, Facebook te pedirá permiso para añadir esa publicación a tu biografía.

La opción «ver cómo»



Una vez hemos configurado de la manera que hemos considerado adecuada todos los aspectos de la privacidad de nuestro perfil, Facebook nos ofrece la opción de ver que todo está correcto y ver cómo ven otros usuarios nuestro perfil. Para ello dentro de la propia pestaña de la **Biografía y configuración del etiquetado** y nos dirigimos a **«Ver cómo».**

Una vez accedamos a nuestro perfil a través de esta opción, podremos ir navegando por las diferentes pestañas para comprobar la visibilidad de cada de una de ellas. Por defecto nos aparecerá cómo verá nuestro perfil una persona a la que no tengamos agregada como contacto. A través del buscador superior podremos ir poniendo el nombre de algunos de nuestros contactos y así poder revisar si, por ejemplo, el filtro para evitar que nuestra familia vea las fotos de nuestros amigos y viceversa, funciona.



Los suscriptores también pueden ver tu perfil

A pesar de la configuración de privacidad que tengamos para nuestro perfil, lo cierto es que puede ser visto por más personas. Los suscriptores -las personas que te siguen sin haberte enviado una solicitud de amistad- de tu perfil también pueden consultar tus publicaciones y tus fotos. Si no quieres que esto ocurra, edita tu biografía de Facebook para impedir que nadie pueda suscribirse a ella.

Para ellos accederemos de nuevo al apartado de **«Configuración»** y ahí nos dirigiremos a la pestaña de **«Seguidores»**. Entre las opciones disponibles, podemos elegir entre la opción de que cualquier persona nos pueda seguir o podemos limitarlo solo a nuestro amigos, a los cuales se supone que ya hemos dado permiso para que accedan a nuestro perfil.



2. ¿Cómo configurar las listas de amigos de Facebook?

Hoy en día es difícil encontrar a una persona que no tenga un perfil personal en Facebook. En él se dan cita contactos como amigos, compañeros del colegio, madres y padres, tíos lejanos, jefes y compañeros del trabajo, formando un espacio a medio camino entre los personal y lo profesional, donde pueden llegar a mezclarse fotos del último sábado y enlaces o información más ligada a nuestro ámbito profesional.

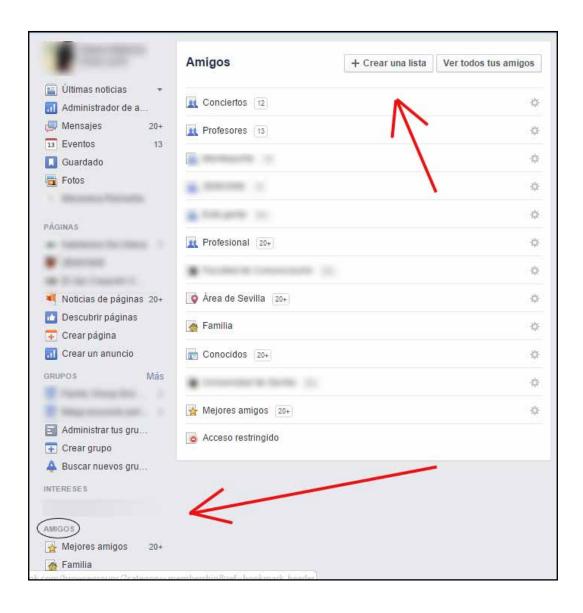
Para evitar que personas que no deban vean nuestra publicaciones, como ese momento en el que tu jefe le da a me gusta a la foto de tu última fiesta colgada y etiquetada por tus amigos, Facebook nos permite gestionar y controlar nuestra privacidad y la visibilidad de nuestra información mediante listas de amigos o la configuración de la privacidad.



Manual para configurar nuestra privacidad en Facebook

Pero ¿cómo saber exactamente qué estamos compartiendo con nuestros contactos? Veámos qué pasos debemos seguir para configurar correctamente nuestras listas de amigos.

1. Definir qué listas necesitamos



Para acceder a las listas debemos buscar en la parte inferior de la columna de la izquierda. Listas como **«amigos»**, **«mejores amigos»** o **«conocidos»** siempre aparecerán como listas predefinidas. También es posible que Facebook haya creado *listas inteligentes* partiendo de la información que coincide entre tus contactos tales como **«familia»** o **«universidad»**. Además de estas listas de amigos, Facebook te da la opción de crear y configurar tus propias listas a través de la opción «crear una lista».



2. Añadir amigos a las listas



Una vez decidamos y creemos las listas de contactos que necesitamos, debemos añadir a nuestros contactos a las listas correspondientes. Para ello, iremos a cada lista y al pinchar en ella, veremos en la columna de la derecha **«agregar amigos a esta lista»** para decidir a quienes añadir. A través del botón administrar podremos eliminar esta lista, editarla y cambiar su nombre. Por norma general, Facebook no notificará a tu contacto que ha sido añadido a una lista, a no ser que se trate de una *lista inteligente*.

3. Las actualizaciones de tu lista

Facebook también te da la opción de visualizar las actualizaciones de todos los contactos de una misma lista en un muro paralelo. Debido al algoritmo utilizado por Facebook, en nuestro timeline principal tan sólo vemos la información de los contactos con los que más relación tenemos, gracias a estos "muro de lista" podremos estar al tanto de las actualizaciones de contactos con los que habitualmente no interactuamos.



4. Cómo compartir la información

Una vez tenemos a nuestros contactos organizados por listas, debemos decidir qué información compartiremos con cada una:

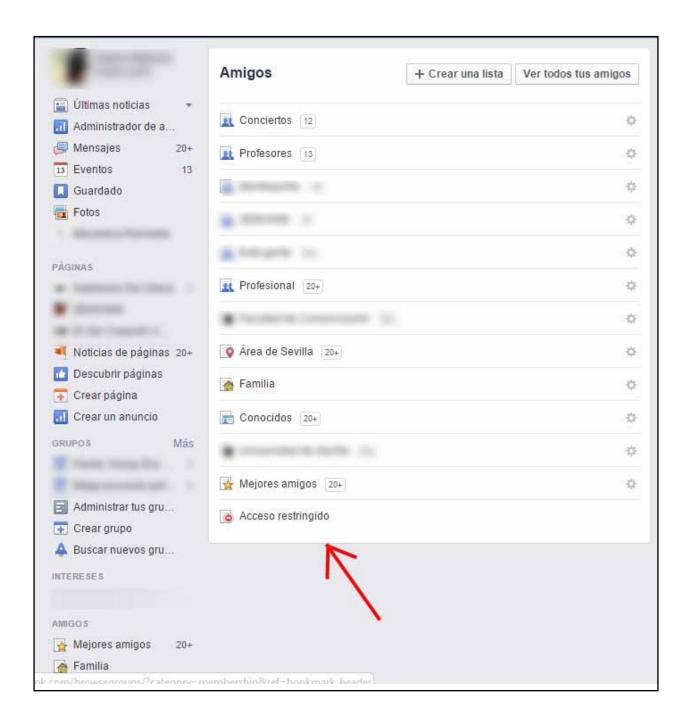
a. Biografía: de nuevo, a través del panel de configuración iremos a la pestaña de Privacidad y en la parte «¿quién puede ver mis cosas?» estableceremos la configuración general para compartir estados, enlaces o fotografías de nuestra biografía. Decidiremos si queremos compartir nuestra información con sólo una lista, con los amigos, amigos de mis amigos... o personalizado, en la que podremos añadir varias listas y excluir a otras. Esta configuración será la que se establecerá por defecto en todas nuestras actualizaciones, aunque tendremos la opción de cambiarla cada vez que compartamos algo nuevo en nuestra biografía.



- **b. Limitar el público de publicaciones antiguas:** con esta opción podremos aplicar nuestra nueva configuración de privacidad de biografía a las publicaciones anteriores al cambio.
- c. Uso de las listas en configuración de fotografías y álbumes: Facebook establece la misma configuración de visibilidad en las fotografías y álbumes que hemos establecido en nuestra biografía, sin embargo nos da la opción de cambiar las listas que reciben esa actualización cuando subimos nuevas imágenes.
- d. Aplicación de las listas en la configuración de otras informaciones: la visibilidad de secciones de nuestra información personal como «formación y empleo», «residencia» o «información personal» también se puede limitar a ciertas listas de contactos.



5. Lista de Acceso restringido



Esta lista predefinida por Facebook establece que todos los contactos añadidos en esta lista tan sólo puedan ver nuestras publicaciones compartidas de forma pública. Esta es la mejor solución para no rechazar la petición de amistad de ningún conocido pero evitar que tengan acceso a información personal.



3. ¿Quién ve las fotografías que comparto en Facebook?

Uno de los temas que más tenemos en cuenta a la hora de configurar nuestra privacidad en Facebook es quién puede ver nuestras fotografías y quién puede descargarlas. Facebook nos da varias opciones para configurar las imágenes y álbumes que subimos a nuestro perfil personal.

1. Subida de fotografías y álbumes a nuestro perfil personal:



Siempre que entremos en este apartado, Facebook nos ofrecerá las opciones de: público, amigos, amigos excepto conocidos, solo yo o personalizado. Será accediendo a la opción de personalizado donde encontraremos nuestras listas de amigos.

2. Fotografías de portada y de perfil

Todas las fotografías que subamos y seleccionemos como fotografías de portada pasarán automáticamente a ser públicas. Si al cambiarlas queremos que esta desaparezca deberemos eliminarla del álbum "fotos de portada" y volver a subirla en otro álbum. Nuestra fotografía de perfil también será pública y la podrá ver todas las personas que accedan a nuestro perfil. Sin embargo, los comentarios y me gustas de esta foto, así como las otras fotos de este mismo álbum, tendrán la configuración establecida por defecto para el resto de las publicaciones.como las otras fotos de este mismo álbum, tendrán la configuración establecida por defecto para el resto de las publicaciones.

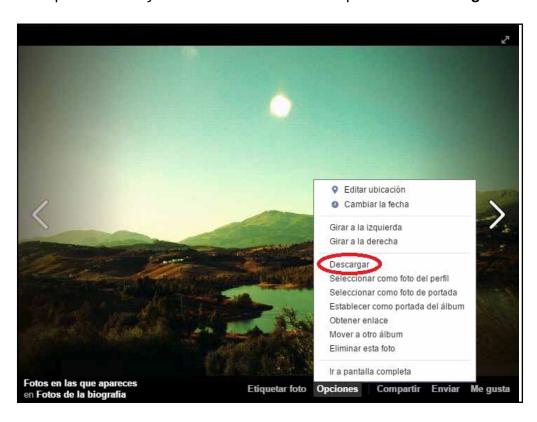


3. Etiquetado de tus contactos en tus fotografías

Si etiquetamos o mencionamos a algunos de nuestros contactos en una de nuestras fotografías, tendremos que tener en cuenta que esta pasará a tener la visibilidad definida por el otro contacto en cuestión. Por ejemplo, si mi contacto tiene establecido que todas sus fotografías son públicas, mi fotografía en la que él está etiquetado, pasará a ser pública. Por ello debemos preocuparnos, no sólo por nuestra configuración, sino también de la de nuestros amigos.

4. ¿Puedo proteger las fotos que tengo en Facebook?

Seguro que, en más de una ocasión te has hecho esta pregunta: ¿Puedo evitar que mis fotos de Facebook sean descargadas por otras personas? La respuesta es no. Por un lado porque es inevitable que alguien haga una captura de pantalla de nuestra fotografía, y por otro, porque Facebook facilita mucho este proceso incluyendo en todas las fotos la opción de **«Descargar»**.



Sin embargo, hay ciertos pasos que puedes seguir para proteger las fotos que subas: -

- Guarda para ti tus fotos más personales. Es un consejo muy sencillo pero efectivo. No subas fotos a tus perfiles personales que no quieras que sean vistas por tu jefe, tus compañeros de trabajo o tus amigos del gimnasio.
- **No subas fotos en alta resolución**. Las imágenes en alta calidad son mucho más susceptibles de ser utilizadas con fines comerciales.
- **Denuncia si alguien hace un uso indebido de tus imágenes**. Facebook permite denunciar si descubres que alguien está haciendo un uso indebido de tus imágenes.

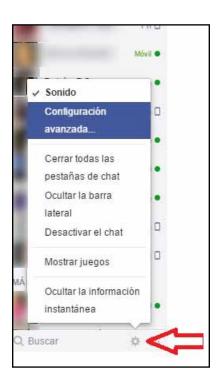


4. ¿Quién puede verme conectado al chat de Facebook?

El chat de Facebook es una de las utilidades que nos ofrece esta red social para hablar en directo con nuestros contactos. Pero tal vez pueda resultar un poco molesto que cada vez que accedas a Facebook, 20 de tus contactos inicien conversaciones a través del chat contigo. Esto puede solucionarse mediante distintos tipos de configuración.

Puedes configurar el chat para aparecer como «conectado» solo ante los contactos que tú consideres oportuno.

Para ellos nos dirigiremos a la parte inferior del chat y pincharemos en el símbolo de **«Configuración»** para desplegar el menú y elegir, entre las nuevas opciones que aparecen, **«Configuración avanzada»**.



Se nos abrirá una ventana pequeña en la que se nos dará a elegir entre varias opciones, tal y como aparece en la siguiente imagen. Ahora tan solo debemos seleccionar la opción que nos convenga e introducir los nombres de las personas que, o bien queremos que nos vean desconectadas o que queremos que sean las únicas en vernos conectadas.



Manual para configurar nuestra privacidad en Facebook

	Conectar el chat para todos mis amigos excepto
	Opcional: escribe nombres de amigos o listas
0	Activar el chat solo para algunos amigos
	December at about
0	Desconectar el chat

Este manual ha sido elaborado por Macarena Remedia, una iniciativa del colectivo ZEMOS98, bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 3.0.



Macarena Remedia es un proyecto financiado por:



Puedes encontrar información de Macarena Remedia en:

Página web: http://macarena.zemos98.org

Por email: macarena@zemos98.org

También puedes visitarnos en: Espacio ZEMOS98 C/ Palma del Río, local 20 41008 Sevilla

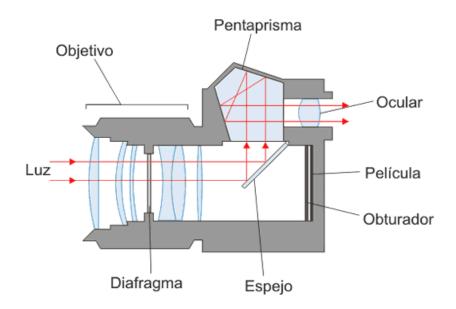


Módulo de fotografía - Básico

Que las nuevas tecnologías han revolucionado el mundo de la comunicación es algo bien sabido a estas alturas. En este ámbito, uno de los campos que ha sufrido una mayor transformación ha sido la fotografía. De las cámaras analógicas a los Smartphones se han producido una serie de fases que han hecho que la fotografía esté cada vez más al alcance de todos. Su uso, ha ido evolucionando hasta tal punto de que no es necesario poseer una cámara profesional para obtener imágenes de alta resolución.

A pesar de ello, la realización de la fotografía no depende exclusivamente de la cámara que utilicemos, sino de la técnica y los conocimientos que apliquemos, aun cuando se trate de una cámara réflex o de un teléfono móvil. Ambas herramientas varían en la calidad de la toma y en las posibilidades de modificación de los parámetros, pero nuestra habilidad queda patente. A continuación haremos un recorrido por algunos puntos que son importantes conocer a la hora de hacer fotografías, desde el encuadre o la exposición, así como otros que atañen al formato de la imagen. Todo independientemente de la cámara que usemos.

Partes de una cámara



Esquema de las partes de una cámara réflex





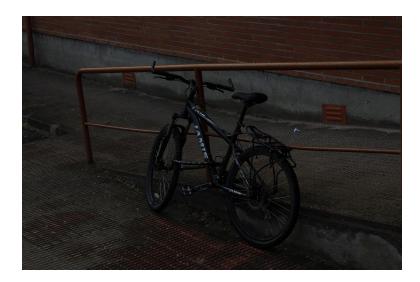
Algo de vocabulario

A la hora de hacer una fotografía técnicamente correcta, hay que tener en cuenta diversos parámetros que influirán sobre la imagen resultante. Veamos algunos a continuación:

ISO: se trata de la sensibilidad real con la que se toma la fotografía. Determina la cantidad de luz que necesitaremos para realizar la fotografía sin pérdida de información, es decir con ruido. Este parámetro se toma de la fotografía análogica, cuando se hablaba de la sensibilidad de la película o carrete. En las cámaras digitales el carrete es sustituido por un sensor o CCD; un chip que se encarga de capturar la imagen. Está compuesto de material fotosensible que genera una corriente eléctrica en presencia de luz. Así, la corriente eléctrica es convertida en datos numéricos que son los que dan lugar a cada uno de los píxeles que formarán nuestra fotografía. Los valores ISO suelen abarcar desde 100 hasta 3200 o incluso 6400, dependiendo de la calidad del sensor que posea nuestra cámara. Es aconsejable utilizar valores bajos, ya que de esta forma no se producen pérdidas en la calidad de la imagen. Los mayores valores se reservan para situaciones en las que hay condiciones extremas de luz, como la noche, conciertos, etc.

Cantidad de luz, que podemos controlar a través de la <u>velocidad de obturación</u> y del <u>diafragma</u>. Estas funciones suelen poder controlarse únicamente en cámaras réflex o en algunas compactas que permitan modificar estos parámetros. Se deben evitar las tomas que queden subexpuestas (con falta de luz) o sobreexpuestas o quemadas (con demasiada luz y por tanto se pierden colores)

<comunicacción>



Ejemplo de fotografía subexpuesta



Ejemplo de fotografía sobreexpuesta o quemada

Encuadre: aunque pueda parecer baladí al lado los anteriores, el encuadre es muy importante a la hora de tomar una fotografía. Puedes haber realizado una fotografía técnicamente correcta y si no atiendes a un encuadre adecuado puedes obtener un resultado poco satisfactorio. Con este parámetro entran en juego la creatividad y la

<comunicacción>

visión del autor. El encuadre y la composición suelen ejercitarse viendo multitud de fotografías, cuadros y películas.

Fotografía con teléfonos móviles

Pero centrémonos en esas cámaras que llevamos siempre con nosotros y que están disponibles siempre que lo necesitemos. Los Smartphones o teléfonos inteligentes llevan incorporadas cámaras que día a día van mejorando y con las que se pueden obtener imágenes de buena calidad, aunque no la suficiente si su finalidad es la impresión. Para realizar una buena toma no hay que limitarse solo a apretar un botón. Por ello, deberíamos tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

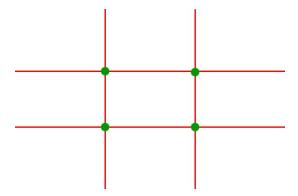
- Iluminación. Debemos colocar al sujeto u objeto que vamos a fotografiar 1. enfrente de la luz, evitando que esta quede detrás, ya que obtendremos una imagen a contraluz que nos impedirá ver los detalles de la fotografía. También hay que impedir que el foco de luz incida directamente sobre el objetivo de la cámara. También debemos tener en cuenta que cuanta menos luz capte la cámara, más tiempo de exposición empleará, por lo que correremos el riesgo de obtener una fotografía trepidada (ligeramente movida).
- 2. Enfoque selectivo. Está disponible en la mayoría de smartphones. Para hacer un buen uso, comprueba que el foco está en el sujeto protagonista, tocando sobre él en la pantalla antes de hacer la foto. De esta forma estarás ajustando la exposición a la luz y en teléfono enfocará de manera automática.
- 3. Resolución. Deberemos usar la más alta que permita el teléfono, para que calidad no se deteriore. Si nuestro móvil cuenta con ISO, utilizaremos el valor más bajo posible. De esta forma conseguiremos obtener las imágenes con la mayor calidad que permita nuestro teléfono.
- 4. Zoom. Trataremos de no recurrir a él, ni al digital y al óptico. El zoom en los teléfonos móviles se limita a recortar la imagen, por lo que la calidad que obtenemos es mucho menor.
- 5. Imágenes movidas. Debemos evitar hacer este tipo de tomas. Tenemos que tener en cuenta que las cámaras móviles necesitan un poco más de tiempo para capturar la imagen que una cámara de fotografía convencional. Así, debemos



<comunicacción>

sujetar la cámara firmemente durante todo el proceso de captura. Para ello, debemos tener en cuenta encontrar una postura que nos dé mayor estabilidad e incluso podemos apoyarnos en alguna superficie o contener la respiración para minimizar la vibración. En este punto debemos volver a tener en consideración la iluminación, ya que a menor luz, mayores posibilidades de que la imagen resulte movida.

6. Composición. Hay que cuidar mucho este aspecto. Es evidente que al hacer una toma no hay que cortar las partes del objeto que aparece en la imagen y que para evitar la sensación de que la foto está torcida, debemos alinear la imagen a algún objeto que aparezca en la toma, a modo de guía. También es bueno conocer la técnica de composición utilizada tanto en fotografía como en pintura y en diseño, conocida como la **«Regla de los tercios»**. El objetivo no es otro que conseguir belleza estética a través del equilibrio y la armonía de los elementos que aparecen en la imagen. Para llevarla a cabo no hay más que dividir la imagen en nueve partes iguales, cuyos puntos de intersección de las líneas trazadas son los llamados centros de atención. Es en ellos donde se debe colocar el sujeto principal. Si existe un sujeto secundario debe colocarse en el punto opuesto diagonalmente. Se suele decir que cuando existen dos o más puntos de atención de parecida fuerza al principal se establece una competencia entre ellos que crea confusión en el espectador. Para conocer otros consejos sobre composición fotográfica puedes consultar este enlace.



Regla de los tercios. División del encuadre en puntos de atención.

7. Aplicaciones. Conocer las mejores aplicaciones móviles nos ayudará a mejorar nuestras tomas, permitiéndonos editar nuestras fotos, hacer correcciones, recortar e





incluso añadir efectos especiales. Aquí

(http://www.elandroidelibre.com/2012/05/las-20-mejores-aplicaciones-fotograficas-para-android.html) podéis consultar algunas de las que hay disponibles para Android y aquí (http://www.ipadizate.es/2014/07/25/7-apps-fotografia-iphone-97283/)para iPhone.



Manual: grabando vídeo con el móvil

- 1. El vídeo que viene de la televisión
- 2. Construcción del lenguaje audiovisual de la televisión
- 3. Tipos de plano
 - a. Planos cercanos
 - b. Planos medios
 - c. Planos lejanos
- 4. Otras herramientas del vídeo
- 5. Subir vídeos a Youtube





1. El vídeo que viene de la televisión

Vamos a empezar con un ejercicio rápido: buscar las últimas noticias aparecidas en las televisiones generalistas situadas en Andalucía. ¿Qué nos encontramos? Primero que la hermandad de la Macarena ha registrado la imagen de su Virgen con el objetivo de que no pueda usarla nadie con objetivos comerciales. Segundo que la Duquesa de Alba ha muerto y ha tenido un entierro multitudinario al que ha acudido un gran número de sevillanos. Ahora vamos a pensarlo dos veces: son noticias importantes, sí, pero tenemos que hacernos esta pregunta: ¿estas historias nos representan o nos afectan? Habitualmente, en los medios de comunicación aparecen historias y representaciones de Andalucía que no se ajustan a lo que necesitamos y construyen unas imágenes de Andalucía que, aunque estén ahí, no son ni las más importantes ni las más determinantes de nuestra cotidianidad. Quizás sería más importante hablar del paro o de los recortes en educación pública en Andalucía, sin embargo los telediarios bombardean con imágenes de personas agradecidas a una señora que poseía 35000 hectáreas de tierra.

Por eso se hace tan necesaria una actitud crítica ante los medios, porque habitualmente configuran una realidad que no se ajusta a nuestros problemas y necesidades, a lo que queremos que mejore o se mantenga. Y si los medios de comunicación no producen estas imágenes, quizás haya llegado el momento de que las produzcamos nosotros mismos, que digamos qué información deseamos conocer y generarla nosotros. El periodismo local es el que mejor se adapta a nuestras vidas, a nuestros problemas, posibilidades y objetivos. Para nosotros es mucho más importante la información de que la Junta de Andalucía no concede 10 puestos de comedor escolar a niños del CEIP San José Obrero que el hecho de que la Macarena registre su marca; pero eso no aparece en los telediarios.

La televisión usa diferentes lenguajes audiovisuales para producir sus contenidos. Un telediario no se graba igual que un anuncio, cada uno tiene sus propias reglas porque persigue objetivos distintos. En el caso de un anuncio, lo que se pretende es que el espectador compre el producto, mientras que lo que se espera de un telediario es que dé una información veraz; que este objetivo no se cumpla siempre es por motivos externos.

2. Construcción del lenguaje en la televisión

¿Cómo se construye una noticia de telediario? Aquí puedes encontrar una estructura de cómo se hace una noticia para televisión, qué suelen utilizar y cómo.

- Presentador explica el suceso en el lugar de los hechos. Esto es lo que se conoce como busto parlante: el presentador en la calle habla de lo ocurrido para dar pie a entrevistas a personas implicadas o, simplemente, que pasaban por allí.
- Entrevista a expertos. Cuando la noticia es algo compleja porque trata algún tema científico, por ejemplo, se suele entrevistar a personas que conocen bien el tema.
- Entrevista a pie de calle. Esta entrevista se suele hacer a las personas que están por el lugar de los hechos durante lo ocurrido para saber la opinión de las personas de la calle.



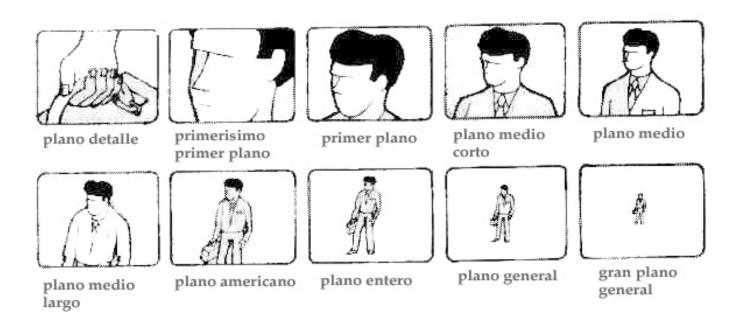


• Planos recurso. Se conoce como plano recurso a aquellas grabaciones que se usan mientras se va explicando otra cosa en el audio, y se usan como relleno para no dejar la pantalla en negro.

¿Cómo, por contra, se construye un spot publicitario?

- El spot no tiene porqué estar anclado a la realidad, su objetivo es vender el producto que se anuncia y para ello puede contar historias de ficción o lo que necesite.
- Por eso, puede utilizar música, y esta se usa habitualmente para reforzar las emociones que la historia que cuentan trata de transmitir, para sentir más cercana la ficción que se relata.
- Suele ser de muy corta duración, pero también suele estar mejor realizado. El telediario se realiza de un día para otro, una campaña publicitaria puede tomar meses.
- La importancia de la realización, y por tanto, del uso de los distintos planos, es muy importante, por eso...

3. Tipos de planos





Planos cercanos

Los planos cercanos tienen habitualmente dos posibles funciones: mostrar cosas pequeñas que aparecen en el escenario donde están los personajes o mostrar las emociones de los personajes.

- Plano detalle: es, por definición, un plano cerrado sobre algo pequeño que hay en el escenario que estamos grabando. Es detalle cuando no es sobre una persona sino sobre un objeto que hay en el espacio como un trozo de lámpara o una mesa y sus sillas.
- **Primerísimo Primer Plano:** es el plano más cerrado posible sobre una cara. Corta en la frente y en la barbilla. Es el plano más emocional posible, ver una cara de tan cerca funciona muy bien a nivel dramático, es decir, que permite que el espectador se identifique y sienta las emociones que el personaje grabado está sintiendo.
- **Primer Plano:** este es el más utilizado de los planos cercanos. Se ha usado tradicionalmente mucho en la televisión para que se pudieran ver las caras, porque la pantalla era mucho más pequeña. En cine se usa para explicar emociones, pero más contenidas que con el Primerísimo Primer Plano, que es el rey del drama.
- Plano Medio Corto: en esta escalada descendente de emoción, el plano medio corto ha servido más para mostrar la cara de los personajes y sus expresiones en televisión que para cuestiones emocionales en el cine.

Planos medios

- Plano Medio: si echáis un vistazo a cómo se hacen las películas, veréis que en la mayoría de las ocasiones cuando hay diálogos, es decir, cuando avanza la película, lo que hay son planos medios. Sirven como conductores de la trama y son los más numerosos en la mayoría de películas.
- Plano Medio Largo: tiene la misma función que el plano medio pero es algo más abierto y permite incluir a más de una persona en la pantalla.
- Plano Americano: de la rodilla para arriba, este plano fue inventado con el género cinematográfico del western para que pudiera aparecer la pistola del personaje. Es el que se usa cuando la cámara está a una distancia media del personaje grabado.
- Plano entero: de la cabeza a los pies, sirve para mostrar todo el cuerpo del personaje cuando la situación lo requiera.

Planos lejanos

- **Plano general:** además del personaje, necesitamos que se vea el escenario en el que está. Se suele utilizar al principio de las películas para mostrar el ambiente en el que los personajes y los espectadores, con él, se mueven.
- **Gran Plano General:** es el plano más grande de todos y se puede usar, por ejemplo, para grabar una gran plaza en la que están ocurriendo muchas cosas simultáneamente. Al estar ocurriendo muchas cosas, este tipo de planos suele tener una duración mucho mayor.





4. Otras herramientas del audiovisual

Pero no solo de planos vive el audiovisual o el vídeo, hace falta tener en cuenta otras cosas como:

- Encuadre: esta palabra significa qué es lo que seleccionamos dentro del plano y que queda fuera. Es muy importante que, por ejemplo, en una entrevista no se corte la cabeza del entrevistado. En las entrevistas también se suele poner a un lado al entrevistado y dejar un espacio vacío al otro lado que se conoce como 'aire'. Este 'aire' se deja en el lado hacia el que mira el personaje. Recuerda, al grabar con el móvil, la vibración o el movimiento de la mano que lleva la cámara es muy molesto, así que trata de moverte lo menos posible e ingéniatelas para inventar algún tipo de soporte para la cámara. Graba con el móvil en horizontal, porque si grabas en vertical, el plano se ve luego en vertical y no son las proporciones que soporta Youtube o cualquier plataforma de vídeo.
- Iluminación: al grabar con el móvil, habitualmente nos ocurre que las imágenes aparecen muy oscuras. Lo mejor es que no te grabes con el sol a la espalda, sino de cara al sol, con el móvil apuntando hacia él para que la luz te dé en la cara. Si estás en un interior donde no hay suficiente luz, coge un flexo o una lamparita de mesita de noche para iluminar lo que quieres grabar. Experimenta con esto y conseguirás resultados sorprendentes.
- **Sonido:** ¡recuerda no tapar el micrófono del móvil! Si estás haciendo una entrevista, haz el plano cercano a la persona que entrevistas para que se oiga bien. Este es un aspecto que se suele descuidar pero que en realidad es sumamente importante.

5. Subir vídeos a Youtube

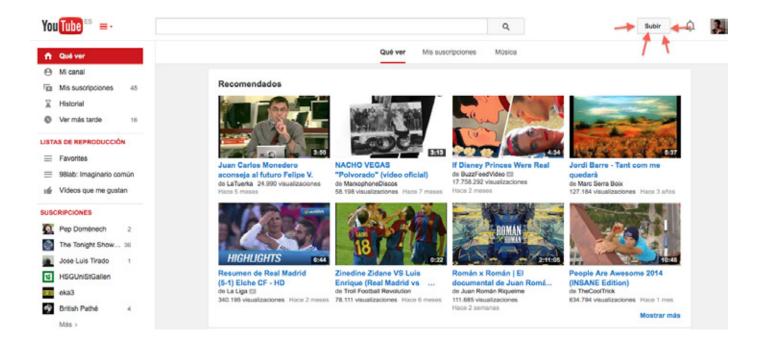
No pierdas tus recuerdos, que no los vas a poder recuperar. De vez en cuando es conveniente pasar los vídeos de tus hijos de tu móvil al ordenador y si los subes a tu cuenta de Youtube, aunque los pongas en privado para que sólo puedas encontrarlos tú, te aseguras de que no los perderás jamás.

Para subir un vídeo a Youtube, entras en la página y le das a acceder. Si no tienes cuenta, regístrate con un usuario y una contraseña. Una vez hecho, vas a Subir, arriba a la derecha, se indica en el siguiente pantallazo:

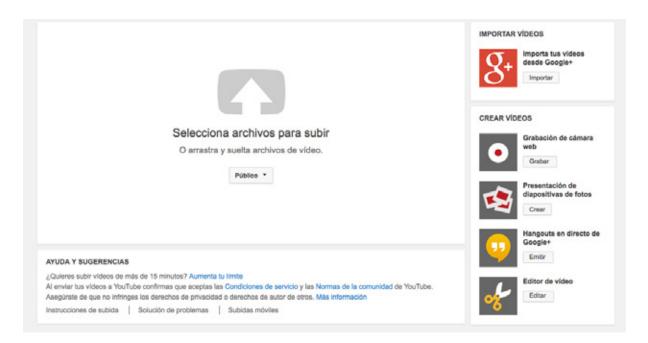




Manual: grabando vídeo con el móvil



Tras esto, encontrarás una pantalla como la siguiente:



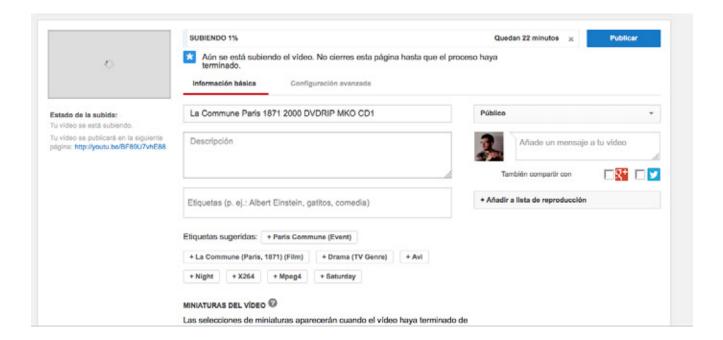
Ahí puedes arrastrar tus vídeos y se empezarán a subir automáticamente.

Cuando se estén subiendo encontrarás una pantalla como esta:





Manual: grabando vídeo con el móvil



En información básica puedes cambiar el título de tu vídeo e introducir una descripción del contenido del mismo. Las etiquetas son interesantes si quieres que tus vídeos puedan encontrarlos otros usuarios. Por ejemplo, si en tu vídeo aparece tu perro haciendo cosas graciosas, puedes poner como palabras 'perro' o 'gracioso'. Cuanto más explícito seas con estas etiquetas, más gente podrá acceder a tus vídeos.

A la derecha, justo encima del icono de usuario, puedes seleccionar si quieres que tu vídeo lo vea cualquier persona que entre a Youtube, lo vea solo gente a la que le pases el enlace o puedas verlo solo tú. En el caso de que uses la plataforma como archivo de vídeos, lo mejor es que dejes los vídeos en Privado, así podrás encontrarlo sólo tú.

En definitiva, el audiovisual es un buen campo para la experimentación, y tu móvil es la mejor herramienta para empezar. Se pueden hacer muchas cosas para hacer vídeos graciosos y las ideas están esperando a que se te ocurran. ¡Ánimo!



Manual: grabando vídeo con el móvil

Este manual ha sido elaborado por Macarena Remedia, una iniciativa del colectivo ZEMOS98, bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 3.0.



Macarena Remedia es un proyecto financiado por:



Puedes encontrar información de Macarena Remedia en:

Página web: http://macarena.zemos98.org

Por email: macarena@zemos98.org

También puedes visitarnos en: Espacio ZEMOS98 C/ Palma del Río, local 20 41008 Sevilla





Manual: Twitter para novatos

- 1. ¿Qué es Twitter
- 2. Creando una cuenta
 - a. Registro
 - b. Perfil
- 3. Partes de Twitter
 - a. Timeline
 - b. Nombre y usuario
 - c. Seguidores y siguiendo
 - d. Notificaciones
 - e. Mensajes directos
 - f. Hashtag
 - g. Tuits
 - h. Listas
- 4. Privacidad
- 5. Glosario





1. ¿Qué es Twitter?

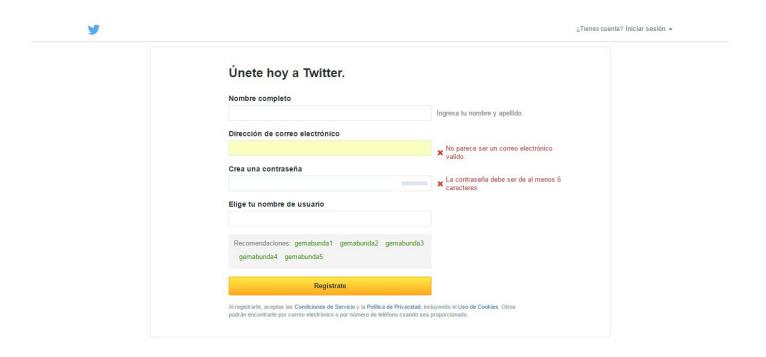


Twitter es una red social cuya característica principal es su inmediatez. Es un servicio gratuito que combina características de los mensajes sms, los blogs y los chats. La dinámica de esta plataforma es muy sencilla: se trata de redactar y enviar micromensajes de una extensión máxima de 140 caracteres. Estos textos, lo que equivaldría a las actualizaciones de estado de Facebook, se denominan *tweets* (tuits). Estos mensajes son por defecto públicos para todo el mundo, tenga una cuenta en Twitter o no, y les aparecerá directamente en el Timeline de tus seguidores.

Al igual que en otras redes sociales, aquí también tenemos «amigos», aunque Twitter hace una distinción entre seguidores (personas que siguen nuestro perfil) y siguiendo (personas que nosotros seguimos y cuyos tuits aparecen en nuestro Timeline). Hasta aquí todo puede parecer normal, pero es importante saber que la persona a la que seguimos no tiene que aceptarnos y ni hacer nada, al igual que nosotros cuando comenzamos a seguir a alguien. Es decir, no existen solicitudes de amistad ni nada parecido. La persona a la que sigues puede decidir hacer los mismo o no, pero no puede impedir que la sigas al igual que tú no puedes impedir que te sigan. Lo único que puedes hacer a este respecto es configurar tu usuario como privado o bloquear. Esta parte la explicaremos más detenidamente en el apartado de privacidad.



3. Creando una cuenta



Registro

Para acceder directamente a la parte en la que podemos crearnos una cuenta, podemos acceder a https://twitter.com/signup y como en cualquier registro, nos pedirán que rellenemos una serie de campos. El más importante es elegir el nombre de usuario (puede ser tu nombre o el nombre que pienses que te identifique), ya que será nuestra insignia y el nombre por el que nos identifiquen en esta red social. Como consejo, elige algo pegadizo y fácil de recordar para que los demás no tengan problemas a la hora de buscarte. Tienes como máximo 15 caracteres y no puede estar repetido, por lo que hay que comprobar si el que nos gusta está disponible. Si no es así, se pueden buscar combinaciones con letras, números o guiones.

Perfil

Siguiendo los pasos que Twitter recomienda en su tutorial y antes de iniciarnos escribiendo nuestro primer tuit, debemos incluir una pequeña descripción que indique quiénes somos (nos permite 160 caracteres). A este pequeño texto se le llama biografía y en escribir brevemente sobre tí o cómo quieres que te conozcan o se te identifique en la red social. Un ejemplo: quizás uno de nuestros hobbies son las manualidades y es una cosa con la que nos identifiquemos sobremanera y que marque nuestra personalidad. Así, puede quedamos incluir algo al respecto y sobre otros que nos gustaría resaltar. O puede que queramos hacer hincapié solo en nuestro perfil más profesional; esto ya depende del gusto de cada uno.

A la hora de rellenar nuestro perfil, también deberemos elegir una imagen que nos identifique de avatar y subirla.

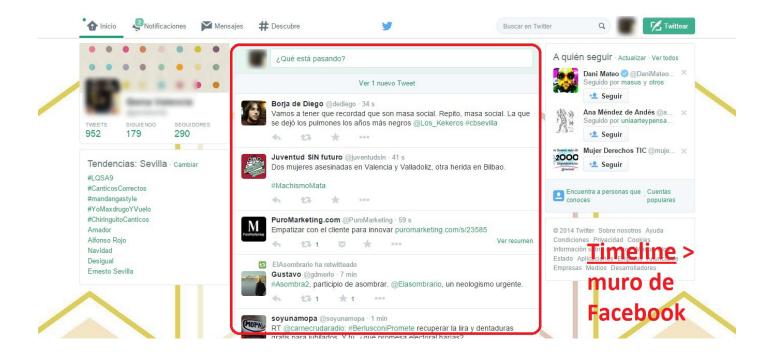




3. Partes de Twitter

Timeline

El Timeline cumple la función del muro de Facebook; esa parte privada en la que se muestran los tuits de las personas que seguimos. Es la sección donde podemos leer todo lo que dicen las personas a las que seguimos. Todo aparece de manera cronológica.



Nombre y usuario

En esta parte podemos ver el nombre que elegimos y nuestro nombre de usuario indicado por el símbolo arroba @. Los nombres de usuario siempre van indicados de esta forma en Twitter y siempre que queramos incluir a alguien en nuestro tuit deberemos comenzar con el @ seguido por el nombre de usuario.





Seguidores y siguiendo

En esta parte indica el número de personas que seguimos y el número de personas que nos siguen. Si pinchamos encima de cada una de ellas podremos ver en detalle a cada uno de los usuarios hasta incluso llegar a su perfil.

Los **seguidores** (o *followers* en inglés) son usuarios que nos siguen porque les interesa lo que escribimos o lo que aportamos. Cada vez que escribimos un tuit lo ve en su tablón o Timeline. Podemos seguir a un usuario pero este no tiene por qué seguirnos, y viceversa.

«Siguiendo» (following) en cambio indica aquellos usuarios que nosotros hemos decidido empenzar a seguir. Cuando alguno de ellos escribe un tuit, automáticamente nos aparecerá en nuestro tablón o Timeline.

Cada vez que nos comience a seguir alguien nuevo, nos aparecerá mediante una notificación en nuestro perfil. Por lo tanto, cada vez que comenzamos a seguir a alguien también se le notificará.



Notificaciones

Es la parte donde se nos indica las interacciones que han hecho con nuestro perfil o nuestros tuits. Entre las notificaciones podemos distinguir tres tipos:

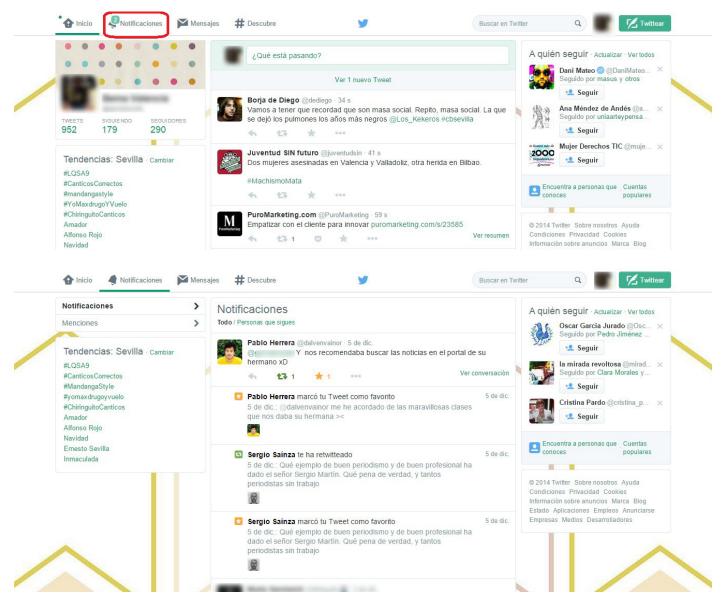
• Favoritos: puede asemejarse al «Me gusta» de Facebook. Además de usarse a veces del mismo modo, nos permite archivar los que consideremos más interesantes. Cuando contienen una URL es especialmente útil ya que al hacer favorito podemos guardarlo para leerlo más tarde si en ese momento no podemos. Su icono es una estrella.







- **Retuitear:** es el término que se usa para reenviar un tuit de alguien que estemos siguiendo para que el resto de nuestros seguidores lo vean. Así podemos difundirlo más. Su icono son dos flechas formando una especie de círculo o recuadro.
- **Mención:** se trata de hablar con alguien en abierto; dirigirnos a un usuario y que se le notifique. En Twitter es una buena costumbre usar siempre el nombre de usuario de la persona a la que nos referimos. En este caso, en el apartado de notificaciones nos aparecerán los tuits en los que hayamos sido mencionados.



Interior de la sección «Notificaciones»





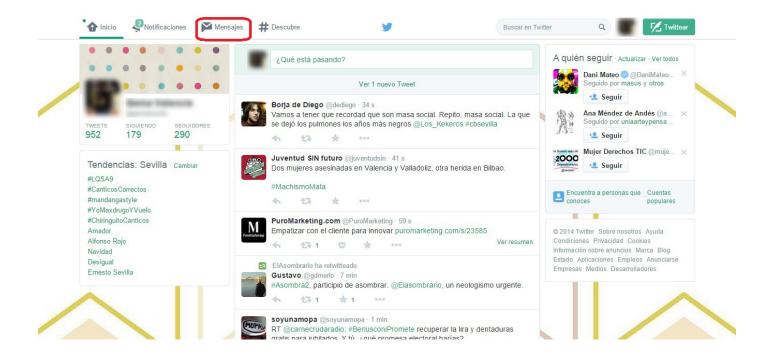
Mensajes directos

Twitter también nos permite mandar mensajes privados a otros usuarios. La pequeña diferencia respecto a otras redes sociales es que solo podremos enviar un mensaje directo o privado a las personas que nos estén siguiendo. Y para que esa persona pueda contestarnos, nosotros también deberemos seguirla.

Para mandar un mensaje directo podemos ir a la pestaña de mensajes, al propio perfil del usuario o en nuestro Timeline, en la parte en la que escribimos nuestros tuits, podemos escribir una «D» seguido del @ con el nombre del usuario.

Ejemplo:

D @Ayto_Sevilla Buenas, me gustaría hacer una consulta



Hashtag

Las hashtags no son más que etiquetas, como las de los blogs o cualquier otra web. En Twitter son muy útiles porque funcionan muy bien y se usan muchísimo. De hecho el hashtag marca pautas de uso en esta red diferentes a otras: es la esencia de Twitter. Para seguir con mayor facilidad un tema, conversación o discusión existen las etiquetas, que puede crear o usar cualquier usuario. Basta con incluir el símbolo # delante de las palabras, expresiones o temas. Por ejemplo: #crisis



Manual: Twitter para novatos



Podemos unirnos a cualquier hashtag siempre y cuando sepamos el que se está usando. Para ellos podemos fijarnos en nuestros seguidores o podemos usar las herramientas que nos da Twitter para ello, como por ejemplo las «Tendencias» donde se recogen los temas en discusión según la configuración del territorio que hayas elegido; o bien en la parte «Descubre».

Si queremos ver las conversaciones que se mantienen en torno a un hashtag, solo tenemos que pulsar sobre él.



Ejemplo de tuit con hashtag





Tuit

En un tuit podemos escribir lo que queramos dentro de los 140 caracteres de extensión que se nos permiten. Si sobrepasamos esa cifra no podremos enviarlo. Ademas de poder escribir, los tuits nos permiten mencionar a personas cuando nos referimos a alguien incluyendo @ y su nombre de usuario. Por ejemplo:

Interesante la noticia con la que abre hoy <u>@eldiarioes</u> Podéis leerla aquí: <u>http://www.eldiario.es/interferencias/derechos_laborales-ebola-corrupcion-PSOE-PP_6_332876712.html</u>

En este caso hemos incluido también una URL al artículo que mencionamos en el texto. Además de links, también podemos incluir fotografías e incluso vídeos.





Ejemplo de tuit con imagen





Listas

Sirven para organizar a los usuarios que seguimos por temáticas, intereses, etc. de forma que sea más sencillo seguir sus actualizaciones. Además podemos seguir listas creadas por otros usuarios, si estos las tienen públicas.

4. Privacidad

Por defecto, la configuración de nuestro perfil de Twitter será **público**. Esto quiere decir que cualquier persona que tenga cuenta en esta red social o no, podrá ver nuestro perfil y nuestros tuits. La otra opción es poner nuestros tuits **privados**, de esta forma solo las personas que aprobemos podrán verlos. Puedes leer más al respecto aquí https://support.twitter.com/articles/339960-sobre-tweets-publicos-y-tweets-protegidos

Tu elección dependerá del uso que quieras hacer de Twitter. Por lo general se suele usar más de manera abierta, ya que permite mayor interacción que es de lo que se trata. Además no suele hacerse un uso tan personal de esta red como por ejemplo en Facebook; al final solo muestras tu opinión sobre ciertas cosas y muchas veces se prefiere que quede en abierto para dar pie a posibles conversaciones e intercambios de puntos de vista.

Como dijimos al principio, en Twitter no puedes decidir quién te sigue y quien no. Por eso, si tenemos algún problema con algún usuario, tenemos la opción de **bloquearlo**. De esta forma esa persona no podrá ver tus tuits; o lo que es lo mismo, cerrarle el paso a tu cuenta. Para hacer uso de esta herramienta debes ir al perfil del usario y justo debajo de su nombre hay un botón que dice: «bloquear a @nombre del usuario». Cuando pulses ese mensajes habrás bloqueado a esa persona. Para desbloquearla solo tienes que volver a clicar en ese botón.

5. Glosario

Aquí te dejamos con algunos términos, abreviaturas y hashtags más usados y que han pasado a formar parte del lenguaje de Twitter.

TW: es la abreviatura de Twitter.

RT: retuitear. Si un mensaje queremos retuitearlo pero añadiendo nuestros comentarios, usamos la abreviatura RT.

TL: *Timeline* o Tablón, donde vemos todos los tuis de las personas a las que seguimos.

TT: *Trending Topic* o Temas del Momento: son los temas sobre los que se está hablando más en Twiter en ese momento. Esos temas están organizados por hashtags.

#FF: Follow Friday o Sigue en Viernes. Es una etiqueta para recomendar tuiteros que destacamos por alguna razón. Para no estar llenado nuestro TL de recomendaciones, se suele agrupar en un solo tuir y se manda los viernes.

Icc: Con Copia. Los usamos para informar a alguien de que hemos escrito un tuit que hace referencia a él o sobre un tema que le puede interesar. Así tras ese /cc: se añade el @nombre de usuario.

Carácter: letras, espacio o números. Letras y símbolos que componen una frase o palabra incluyendo los espacios en blanco.





Manual: Twitter para novatos

Este manual ha sido elaborado por Macarena Remedia, una iniciativa del colectivo ZEMOS98, bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 3.0.



Macarena Remedia es un proyecto financiado por:



Puedes encontrar información de Macarena Remedia en:

Página web: http://macarena.zemos98.org

Por email: macarena@zemos98.org

También puedes visitarnos en: Espacio ZEMOS98 C/ Palma del Río, local 20 41008 Sevilla





- 1. ¿Qué es un blog?
- 2. Pasos para crear un blog
 - a. Algunas cuestiones previas
 - b. Registro
- 3. Añadir imágenes a nuestra entrada
- 4. Incrustar un vídeo en nuestra entrada
- 5. Glosario





1. ¿Qué es un blog?

Los **blogs**, también llamados bitácoras o diarios digitales, son un sitio web en el una o varias personas publican textos ordenados cronológicamente. Son lugares personales en los que es posible crear cualquier tipo de contenido. Este tipo de sitios surgieron con la llamada **Web 2.0**. Para entender bien el contexto en el que nacen, debemos conocer un poco la historia de la web.

La web vio la luz en el año 1989, pero no se parecía en lo que tenemos hoy en día. La web estaba basada en muchos documentos en formato <a href="https://https

La Web 2.0 comprende una etapa de la web que se caracteriza por un conjunto de herramientas que permiten que sus usuarios produzcan y compartan contenido, teniendo este el control de sus datos en todo momento.

Algunas cosas que han aportado los blogs:

- Democratización de la información. Los blogs al principio, y las redes sociales actualmente, han permitido que la democratización de la información sea uno de los principales valores de la web. Gracias a la red cualquier persona puede expresar su opinión con una audiencia global y de manera gratuita. Una de las principales ventajas de esto es que rompe con el monopolio de los medios de comunicación que han controlado durante mucho tiempo los flujos de información. La democratización ha permitido que la la agenda mediática de los grandes grupos de comunicación se abra en cierta medida esté marcada por otros parámetros que quizás antes no se contemplaban. Por otra parte y como contrapartida, se ha producido una desprofesionalización de la información ya que cualquier persona con acceso a Internet puede escribir una noticia sin contrastarla debidamente. Es por ello por lo que se extienden fácilmente bulos o información imprecisa.
- Hay una mayor presencia de la autoría. Los blogs siempre contienen un fuerte componente personal. De hecho es habitual que estén escritos en primera persona e incluso suele ser muy reconocible el estilo de la persona que hay detrás.
- Los blogs han permitido la **especialización de los sitios**. Es algo habitual e incluso tendencia que los blogs se dediquen a una temática particular para así diferenciarse del resto.
- **Hipertextos o enlaces**. Los blogs son un ejemplo del uso del hipertexto. Es una de las reglas principales de <u>blogosfera</u> al encontrarnos ante una herramienta que fomenta el diálogo y el conocimiento compartido, es enlazar y referirse a otras páginas para que los usuarios interesados puedan ampliar información.





2. Pasos para crear un blog

Algunas cuestiones previas

Bien. Pongamos que has decidido crear tu propio blog. ¿Has pensado sobre qué quieres escribir? ¿Has decidido la temática? ¿Tienes claro qué valor te diferenciará respecto a otros blogs de temática similar? A continuación te damos algunas claves sobre las que reflexionar antes de echar mano del ordenador para comenzar a abrir tu blog:

- 1. Piensa una temática sobre la que quieras o necesites escribir. Es bueno que elijas un tema de antemano sobre la que basarte, pero puedes escribir sobre lo que quieras: cocina, trucos de bricolaje, una problemática local, política, manualidades, reseñas de sitios que has visitado, viajes, poesía... Las posibilidades son infinitas, solo tienes que plantearte sobre qué te apetece escribir y con qué te sientes cómodo.
- 2. **Piensa en un enfoque**, el tono de tus textos o alguna otra cosa que pueda aportar un valor que te diferencie de otros blogs sobre la misma temática.
- 3. **Decide quién será tu público**, a qué personas te diriges cuando escribes. Por ejemplo, no será lo mismo escribir para jóvenes que para personas de mediana edad, o para una determinada localidad que para el mundo entero.
- 4. **Elige un nombre**. Este debe ser sencillo y fácil de recordar, pero lo suficientemente distintivo para que no haya 1.000 sitios más con ese nombre. Este punto hará que nos localicen más fácilmente mediante los buscadores, como es el caso de Google.
- 5. Cuando hayas decidido el nombre, **piensa en una URL** en consecuencia. Debería incluir el nombre del blog de la manera más fiel posible. Trata de evitar combinaciones con números, símbolos y siglas. Piensa que debe ser fácilmente recordable. La url será la dirección a través de la cual las personas podrán acceder a tu blog. Si es complicada no la recordarán y por tanto tendrás menos posibilidades de que te lean.
- 6. Los textos en un blog, o artículos (o post, entrada..), se asimilan a las noticias de los medios de comunicación. Tienen una estructura similar en la que deberemos elegir un titular o título que resuma de manera sencilla el tema sobre el que versa nuestro artículo. No debe ser largo y sí lo suficientemente atractivo como para incitar a su lectura (nada fácil, ¿verdad? Hay auténticos maestros en esto de redactar titulares). Además del titular, tenemos el cuerpo de texto y las etiquetas y categorías. Estas son una característica exclusiva de los medios online y una de las grandes ventajas que nos trajo la Web 2.0
- 7. Debemos atender al lenguaje característico de la web. En primer lugar, existen unas normas «de convivencia» en la red. A estas normas se las conoce con el nombre de <u>Netiquetas</u>. Además de estas reglas, debemos tener en cuenta las posibilidades que nos ofrece este medio y aprovecharlas, ya que se han convertido en los valores más importantes de este, como el hipertexto, o el predominio de un lenguaje más visual. Debemos ser conscientes de ello y tratar de incluir siempre en nuestros textos como mínimo una foto o vídeo. También debemos atender al diseño, y recordar que menos es más, primando siempre la legibilidad de nuestro blog para que los usuarios no se sientan espantados.
- 8. Debemos usar un lenguaje sencillo y claro. Por lo general, suele predominar los textos y formatos cortos frente a los largos, pero esto no debe condicionarnos.





Registro

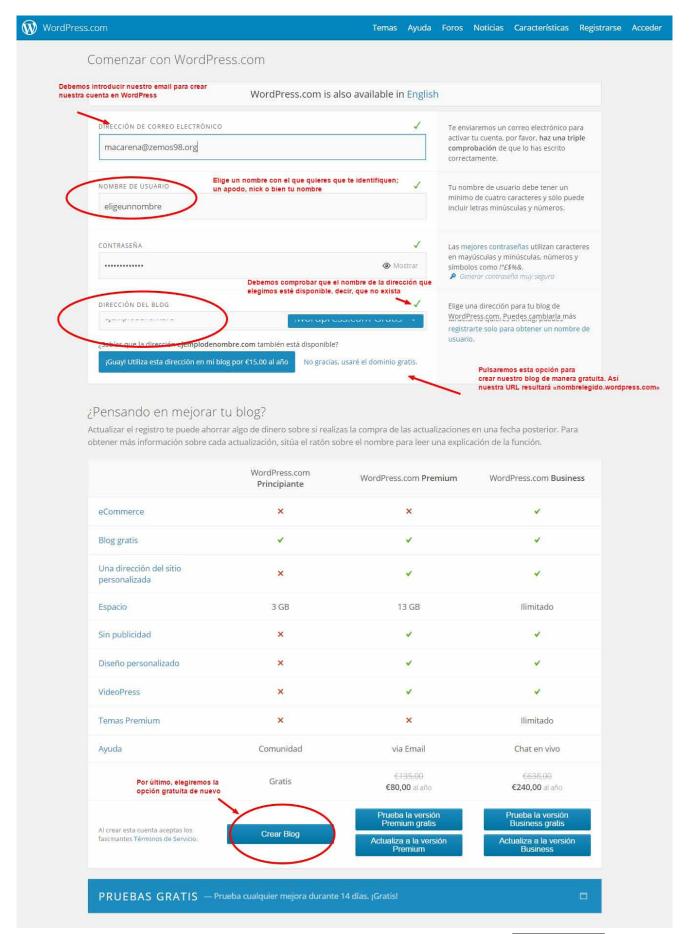
Nos dirigimos a la web <u>WordPress.com</u> y ahí nos aparecerá lo siguiente:



Debemos elegir la dirección de nuestro blog. Al ser una opción gratuita, solamente podremos personalizar una parte de nuestra URL. Deberemos pensar bien en el nombre, que no sea demasiado común y que sea fácil de recordar. Hay que pensar en el momento en el que le demos la URL a alguien para que visite nuestro blog; no es lo mismo decirle que ingrese a www.hjnm34. wordpress.com que a www.nochesdeinsomnio.wordpress.com ¿no crees? Por eso pensaremos en algo sencillo y que se identifique con el nombre que elegimos para nuestro blog.



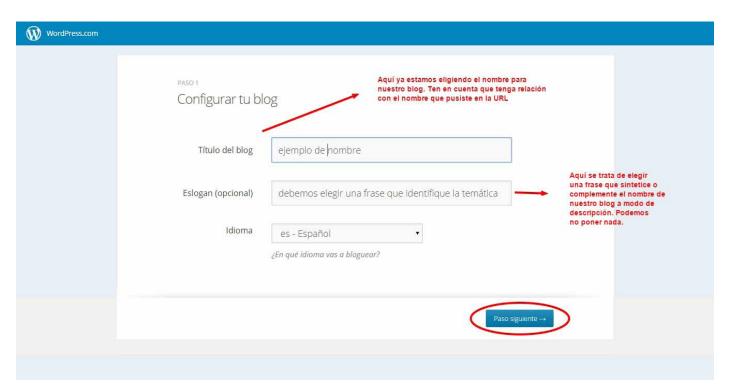




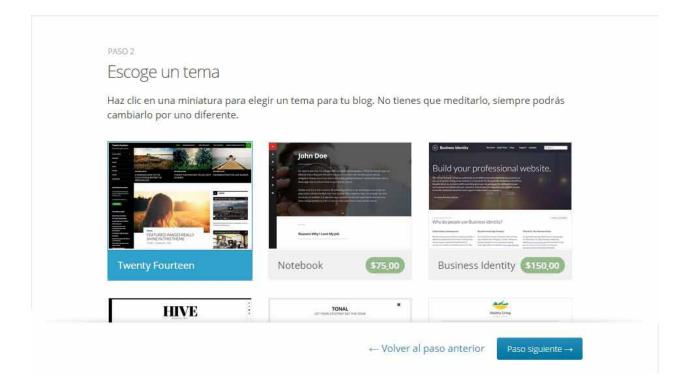




Aquí debemos rellenar los datos que nos piden como nuestro email, elegir un nombre de usuario y contraseña. Además tenemos la opción de cambiar nuestra URL si hemos pensado en una mejor y podremos comprobar si está disponible.



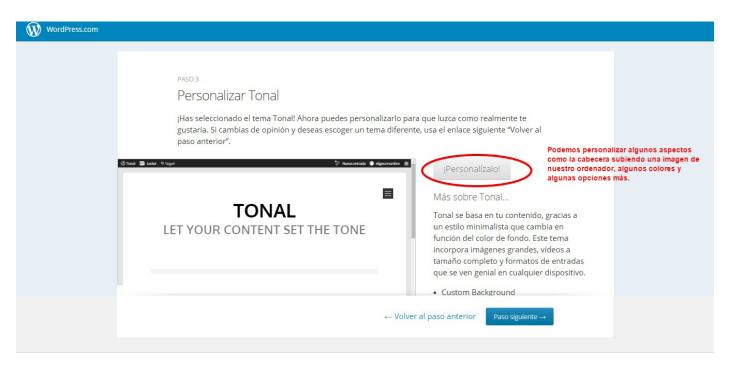
Ahora debemos seguir tomando decisiones sobre el nombre de nuestro blog y una frase descriptora. Una vez estemos seguros podremos ir al paso siguiente.







Es el momento de elegir la apariencia de nuestro blog mediante las plantillas disponibles. Como veréis, hay algunas que son de pago y otra gratuitas. Estas últimas están muy bien y aun no teniendo ningún coste podremos hacer algunos cambios. Una vez veamos un tema que nos guste lo seleccionaremos y pasaremos al siguiente paso.



Como hemos dicho, los temas permiten algunas modificaciones gratuitas, pero depende del que elijamos. Podemos pinchar en «Personalizar» para cambiar ciertas cosas de la apariencia. No os preocupéis porque la elección del tema y su personalización lo podréis hacer cuando queráis una vez terminemos de crear el blog.

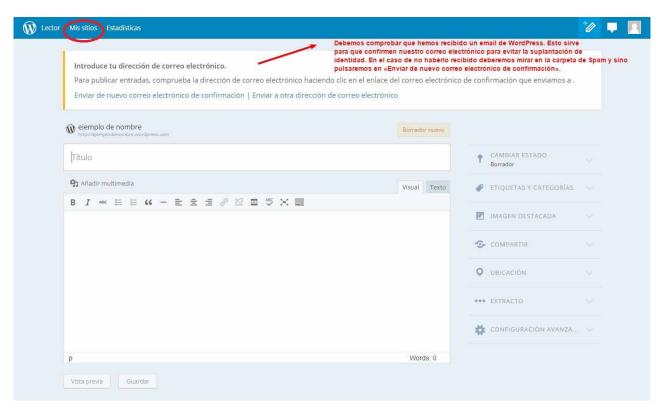




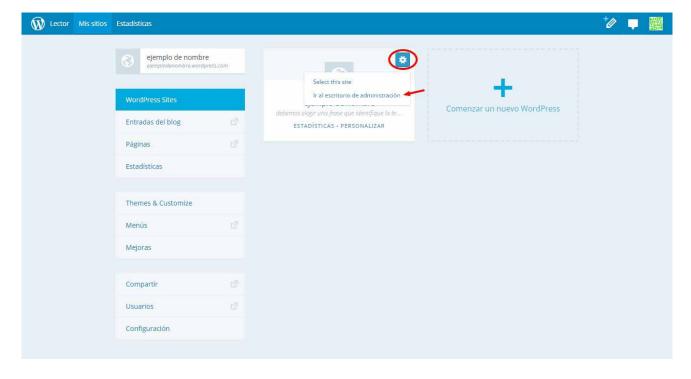




En este paso podremos conectar nuestro blog con las redes sociales que queramos. Esto quiere decir que cuando actualicemos nuestro blog con un nuevo artículo se compartirá en las redes sociales que hayamos conectado. Esto también podemos hacerlo de manera manual, así que ya queda según el gusto de cada cual.



En este punto nos dan la opción de crear nuestro primer port. Por supueso podemos evitar hacerlo en este momento. Debéis ver si habéis recibido un email de confirmación en vuestro correo. En la imagen tenéis más información. Una vez hecho esto, pulsamos sobre «Mis Sitios» para dirigirnos al interior de nuestro blog, desde donde podemos manejarlo.

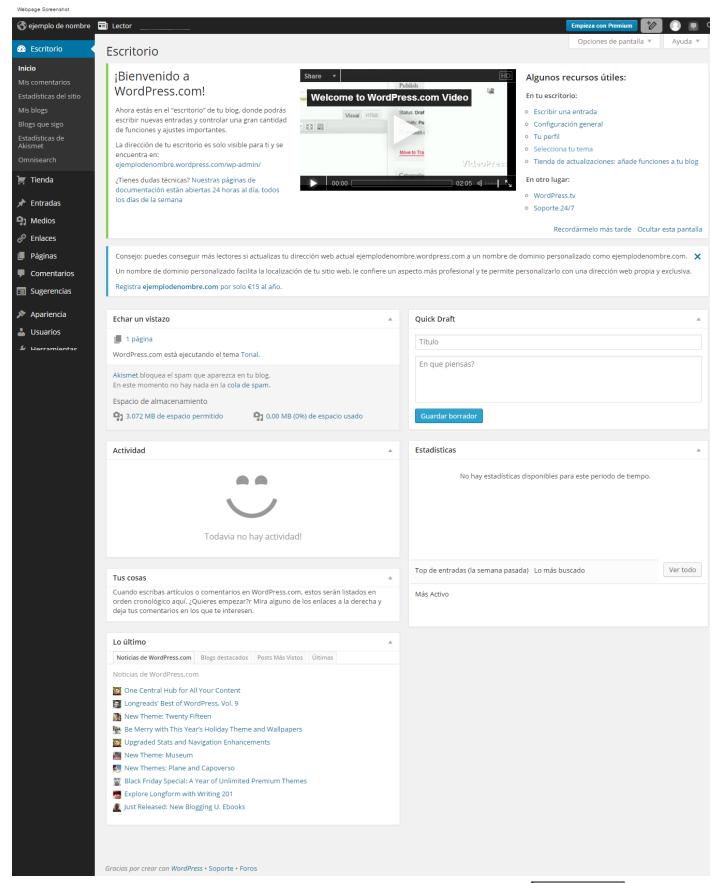








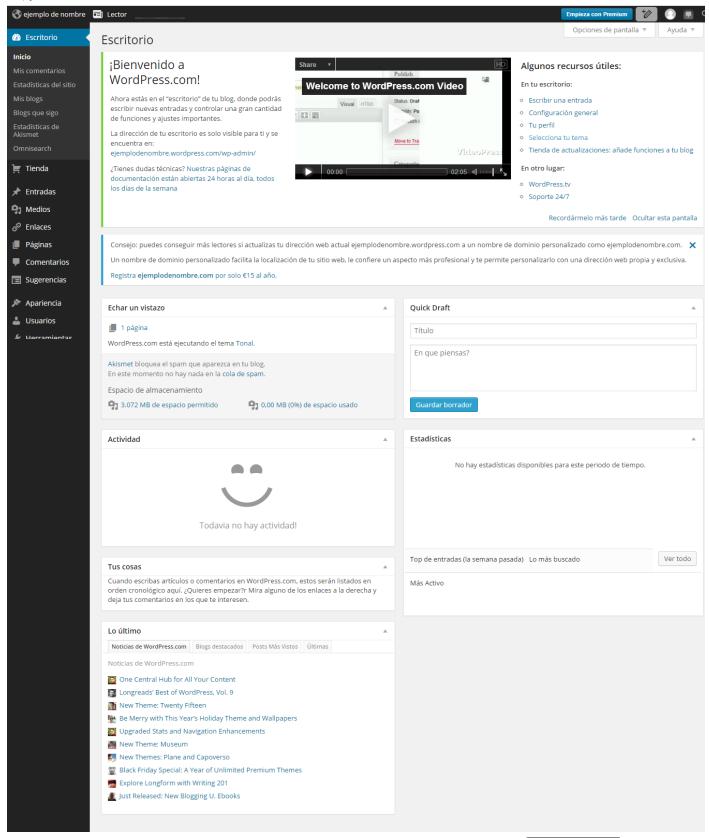
En esta pantalla nos aparecen los blog que tenemos creados con nuestro usuario. Una vez nos hemos registrado en WordPress podemos crear tantos blogs como ideas tengamos. En nuestro caso solo tenemos uno, así que pinchamos donde se indica en la imagen para acceder a nuestro apartado privado de gestión.





Y este es el panel desde donde creamos nuestras entradas y configuramos nuestro blog. Ahora pasamos a comentar cada una de las pestañas que tenemos en menú de la izquierda.

Conociendo el espacio de trabajo: partes de nuestro panel





Si nos vamos a la izquierda de la pantalla encontraremos el menú con las funcionalidades que permite wordpress. No las vamos a explicar todas, pero sí las más necesarias y las que te permitirán producir contenidos de manera más rápida. Las otras funcionalidades también son interesantes, pero a un nivel más avanzado, así que te invitamos a investigarlas más tranquilamente una vez conozcas el funcionamiento básico. Vamos allá.

a. Escritorio

En este espacio se ofrece una vista generalizada de diferentes funciones asociadas a tu blog. Permite ver estadísticas, escribir un post rápido o ver qué actividad en forma de comentarios o visitas ha tenido últimamente la web. También podrás ver las entradas de los blogs que sigues y hacer búsquedas por otros blogs de Wordpress.

b. Tienda

En la tienda, tal y como se podría esperar, encontrarás mejoras para el blog en cuanto a diseño y dominios personalizados (que es la dirección web que cualquiera tiene que teclear en el navegador para acceder a tu blog). Vale dinero, así que si no tienes intención de gastar nada en esta primera incursión, puedes dejar esta parte para cuando seas un blogger de éxito.

c. Entradas

Las entradas de tu blog son los artículos o posts que has redactado. Pinchando sobre este apartado encontrarás:



Con este despliegue podrás ver todo lo que has publicado hasta el momento en Todas las entradas; añadir un nuevo post; ver las categorías que has desarrollado para clasificar los posts que tienes y las Etiquetas que has usado para catalogar cada uno de los posts o entradas.

d. Medios

Wordpress, además de escribir, te permite subir archivos tales como imágenes, vídeos y sonidos al servidor para que puedas utilizarlo en tus entradas. Hay dos maneras de subir archivos: enlazándolos desde otras webs o subiéndolos al propio servidor. Cada uno tiene sus ventajas e inconvenientes: si subes al servidor, tienes que tener en cuenta que tiene unas limitaciones de peso y que cuando llegues al límite tendrás que pagar para poder utilizar más espacio; si enlazas desde otras partes de Internet, te arriesgas a perder el recurso que has subido si alguien decide quitarlo de Internet.





e. Comentarios

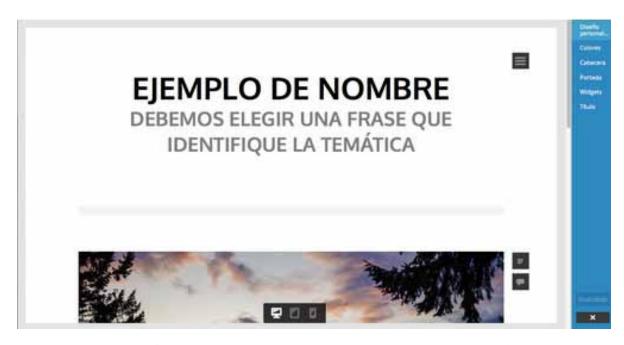
Pinchando sobre este apartado podrás ver todos los comentarios que tu blog ha recibido de sus visitantes de una manera clara y ordenada.

f. Apariencia

En este apartado podrás modificar el aspecto visual de tu blog. Tienes muchas posibilidades gratuitas, así que investiga bien dentro de los siguientes subapartados.



En **«Temas»** puedes encontrar diseños muy bonitos que permitirán al lector tener un paseo virtual agradable por tu blog. Hay algunos gratuitos y otros de pago, tú eliges. Recuerda no elegir un diseño muy recargado, porque eso hará que el paseo del visitante sea menos cómodo. Si vas a **«Personalizar»** se te abrirá una ventana como esta:



Con esta herramienta podrás realizar cambios en los colores de tu blog, ver cómo queda cuando accedes desde un móvil o una tablet, así como consultar el diseño de los comentarios que te dejan. Los «**Widgets»** que se mencionan a la derecha del panel son herramientas de diseño que puedes introducir en tu blog tales como relojes, calendarios, etc. Es muy útil para comprobar los cambios que se van produciendo de acuerdo a las elecciones estéticas que te parecen adecuadas.







q. Usuarios

Este apartado tiene sentido cuando un blog es gestionado por varias personas al mismo tiempo. Desde aquí podrás ver quién puede escribir posts y las posibilidades de gestión del blog. Hay distintas funcionalidades dentro de los usuarios: redactor y administrador. El redactor sólo podrá publicar entradas (que a veces tendrá que aceptar el administrador), mientras que el segundo puede gestionar toda la web entera, desde diseño hasta publicación de entradas.

h. Configuración

Es recomendable dar una visita a la configuración, en ella encontrarás una barra como esta:



Investiga las posibilidades que te ofrece, que giran en torno a la visualización de los contenidos en la trastienda de tu blog.

Ahora que hemos explicado la barra de la izquierda, solo nos queda lo más importante: **escribir posts**.

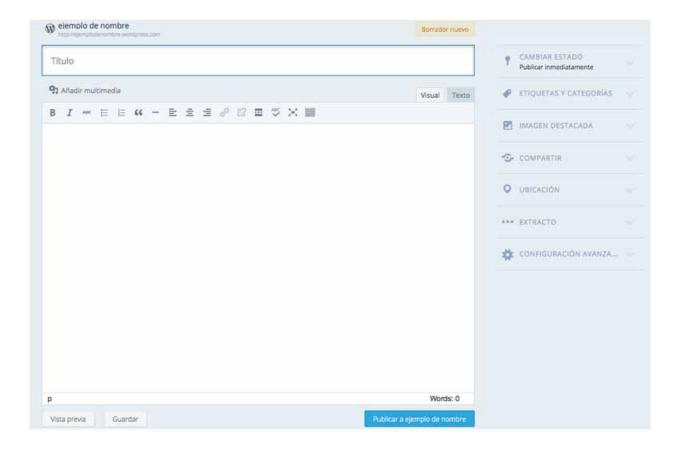
Si volvemos a la captura de pantalla de más arriba, donde se aprecia una vista general de la trastienda de tu blog, y fijamos la mirada arriba a la derecha, veremos que hay un lápiz tal como este:



Si pinchamos sobre él, encontraremos una pantalla como la siguiente:







Esta es la versión nueva que ofrece Wordpress para el desarrollo de posts, es bastante más intuitiva que la antigua. Se compone de los siguientes apartados:

Título

Sé cuidadoso eligiendo el nombre del post. Busca un nombre fácilmente comprensible, atractivo para los demás para que se sientan interesados por la lectura y claramente relacionado con el tema que estás tratando, casi explicativo.

Edición del texto

Debajo del título se encuentra una barra con todas las posibilidades para editar el texto que puedes escribir en la caja de debajo. Poner el texto en negrita o cursiva, añadir sangría, meter hipervínculos de otras webs, añadir imágenes, etc. Si alguna vez has usado un editor de texto como el Word no encontrarás ningún problema para entender estas herramientas.

Debajo de la caja de texto, cuando lleves escrito parte del texto, puedes pinchar en Vista previa y comprobar cómo va a resultar en tu blog finalmente. Esta herramienta es útil para comprobar si has introducido bien las imágenes o los enlaces, por ejemplo.

Si nos vamos a la derecha, vemos que se despliega un nuevo menú para la modificación de algunos aspectos del post que vas a publicar. Investigúemoslos:





- Cambiar estado: pinchando sobre esta pestaña, se desplegará un calendario que permite que el blog que estés escribiendo no se publique inmediatamente después de terminarlo, sino en una fecha y hora que te convenga más. Aunque no lo parezca, es una herramienta útil porque no todas las horas del día son las más convenientes para publicar posts. Si eres un ave nocturno y te da por escribir por la noche, da por seguro que nadie te va a leer si publicas a las cinco de la mañana. Por eso, programa los posts teniendo en cuenta las horas en las que más gente hay en Internet.
- Etiquetas y categorías: este apartado, aunque no lo parezca, es más que útil y necesario para que lleguen visitantes a nuestro blog y se puedan guiar cómodamente.

Las <u>etiquetas</u> indexan contenido. Pero ¿esto qué es? Estas son las palabras que acercarán en cualquier buscador tipo Google, tus contenidos a los visitantes. Si tu post va de bulldogs franceses, tendrás que poner bulldog en etiquetas, y así cuando alguien busque en Google sobre esta raza de perros podrá llegar a tu post.

La <u>categoría</u>, por su parte, es el cajón temático en el que metes el blog. Si tus aficiones son los perros y las bicis, puedes crear dos categorías en las que meter cada una de tus aficiones: perros y bicis. Sirve para tenerlo todo más ordenadito.

- Imagen destacada: en «imagen destacada» podrás subir una imagen que encabezará el post. No es obligatorio, pero ofrece un aspecto más atractivo a tu post. Selecciona bien la fotografía y recuerda citar la fuente, el dueño, toda vez que la foto o imagen no sea de tu propiedad.
- Compartir: esta funcionalidad, añadida recientemente, da idea de los cambios que se han producido en Internet en los últimos tiempos: las redes sociales han adquirido una importancia esencial, a través de ellas se comparten los contenidos generados en blogs. Wordpress permite publicar en Facebook o Twitter los posts que vayas escribiendo si tienes asociadas las cuentas de estas redes sociales con tu blog de Wordpress.
- Ubicación: esta opción, si está activada, hace que el lector vea desde donde se publicó la entrada.
- Extracto: permite realizar un resumen de lo que está desarrollado con profundidad en la entrada. Esto, que recoge la tradición de los subtítulos de las noticias en los periódicos, permite que el lector sepa de un plumazo de qué va la cosa y siga leyendo si de verdad le interesa el asunto.
- Configuración avanzada: al desplegar este menú encontrarás algunas funciones algo más avanzadas, algunas de ellas no te serán de interés en tus primeros pasos en Wordpress, otras quizás sí. Rescatemos para este manual los «**Formatos de entrada y Visibilidad**»:
 - **Formatos de entrada**: dentro de esta pestaña podrás experimentar con distintas formas de publicar tus contenidos. Cada uno se verá de manera distinta una vez los publiques.
 - **Visibilidad**: en caso de que quieras que todo el mundo pueda leer tu entrada, deja la opción en Público. Si quieres que solo algunas personas puedan leerla, ponla con contraseña y avisa de cual es a la persona que quieres que lo lea. Si quieres que nadie pueda leer tu post salvo tú y las personas que tengan acceso a la trastienda del blog, pon la visibilidad en privado.

Ya sabes cómo escribir y editar tu entrada. Cuando la tengas terminada, pincha una última vez en «Vista previa», comprueba que todo está correcto y elige: ¿guardas o publicas? Los dos botones los encontrarás debajo de la caja de texto, el primero guardará el post para su posterior publicación cuando tú quieras, el segundo publica el post directamente o en la fecha que hayas facilitado en «Cambiar estado».

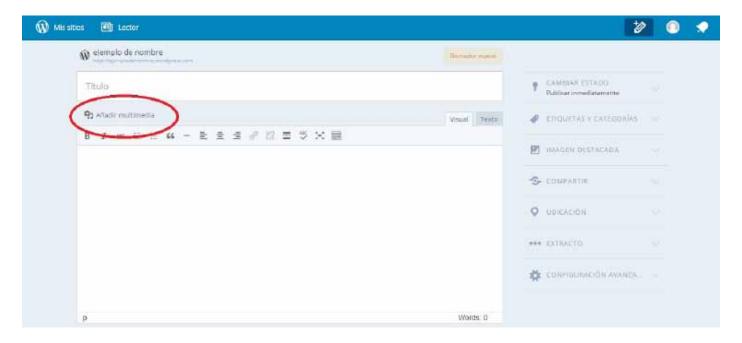
¡Una vez sabido esto, ya solo te queda inspirarte y ponerte a escribir!



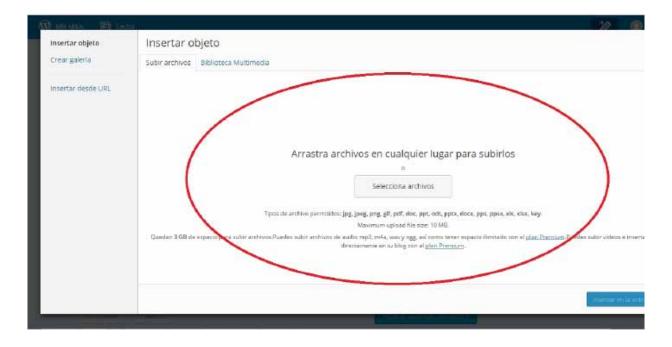


3. Añadir imágenes a nuestra entrada

Como habíamos comentado anteriormente, es importante que todas las entradas contengan al menos una imagen o vídeo. Para ello, podemos añadir una imagen destacada a nuestro texto (solo imágenes y como se indicaba más arriba) o podemos incorporarla al cuerpo de texto. Para ello, cuando estemos redactando el post, debemos pinchar en «**Añadir multimedia**».



Se nos abrirá un ventana como esta:



Ahí deberemos pinchar en seleccionar archivos o directamente arrastrar la imagen que queramos subir. Una vez que se cargue, nos aparecerá así:

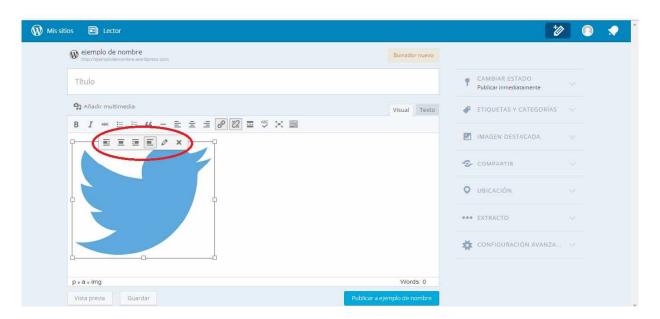






Seleccionamos nuestra imagen y pulsamos sobre «Insertar en la entrada».

Una vez tengamos nuestra imagen en el cuerpo de texto del post, podemos organizarla. Si pinchamos encima de la imagen, nos aparecerá esto:



Ahí podemos elegir si alinear la foto a la derecha o izquierda o bien centrarla. También podremos modificar su tamaño tirando de los bordes. Para que se agrande o se encoja de manera proporcional, os aconsejamos que lo hagáis desde las esquinas, así no se deformará.





4. Incrustar un vídeo en nuestra entrada

Incrustar un vídeo en nuestra entrada y que aparezca el propio reproductor en nuestro post es muy fácil.



Así se ve un vídeo incrustado en nuestra entrada. No hace falta ir a la web donde está subido, podemos reproducirlo en nuestro propio post.

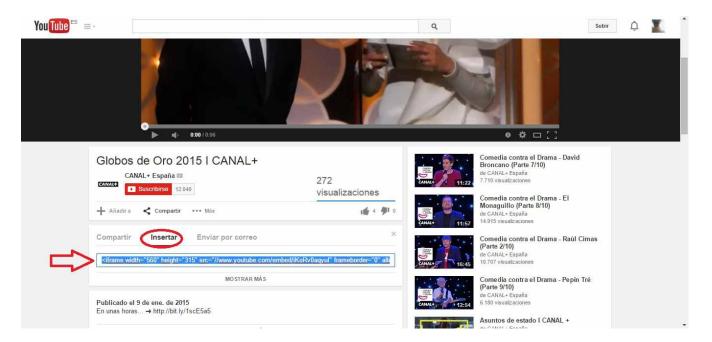
Solo tenemos que ir al vídeo que deseamos poner en nuestro texto, en la plataforma en la que esté subido: **Youtube**, **Vimeo**... Y localizar el vídeo que queremos. Justo debajo de él tenemos los siguientes botones. A nosotros nos interesa pinchar en «**Compartir**».



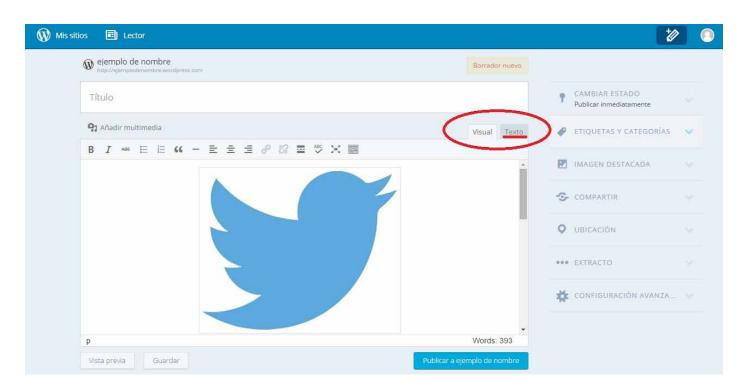
Este es un ejemplo ilustrado en Youtube, pero puedes hacerlo en cualquier plataforma.







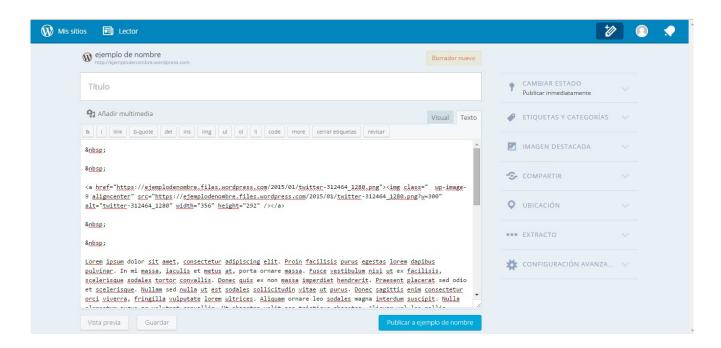
Se nos abrirá la pestaña y deberemos elegir «**Insertar**». Una vez ahí deberemos copiar el código que nos aparece y dirigirnos de nuevo a nuestra entrada en el blog. Una vez ahí, veremos que encima del cuadro donde introducimos el cuerpo de texto tenemos dos pestañas:

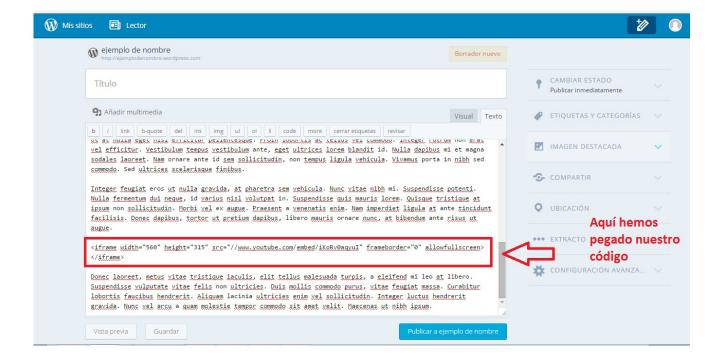


Por defecto, siempre nos encontraremos en la pestaña llamada «**visual**», que no es más que la parte más sencilla desde la que construir nuestra entrada sin necesidad de conocimientos informáticos. Para insertar el código que obtuvimos de Youtube, nos dirigiremos a la parte de «**Texto**». Ahí se encuentra nuestra entrada en lenguaje HTML, donde se traduce lo que vamos haciendo al lenguaje que blog entiende para generar nuestra entrada. Una vez ahí veremos código y un poco más abajo nuestro texto. Debemos elegir en qué parte queremos que aparezca el vídeo. Nosotros hemos lo hemos decidido ya, así que solo queda pegar el código.







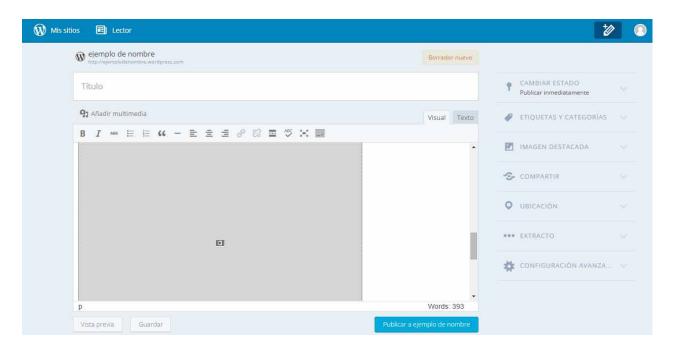


Una vez pegado, volvemos a la pestaña «Visual» y nos aparecerá esto:









No os preocupéis porque no aparezca el vídeo, una vez se publique debe verse bien. Podéis probar a ver cómo quedaría pulsando en «**Vista previa**».

5. Glosario

Entrada, artículo, post: son diferentes formas de llamar al texto que escribimos en nuestro blog. Cada vez que hacemos uno nuevo creamos un post, entrada o artículo en nuestro sitio.

URL: sus siglas en inglés son Uniform Resource Locator (identificador de recursos uniforme). La URL es un esquema que indica el protocolo de la red para recuperar la información del recurso identificado. Todos los documentos, fotografías, web u otros contenidos digitales tienen una URL cuando se publican en Internet. Son localizadores que permiten crear hipervínculos en la Web, lo que facilita la navegación. La URL es un conjunto de caracteres que posibilita la asignación de una dirección exclusiva (por ejemplo, como la de nuestra casa) en Internet y que al ser encontrada y visualizada por un <u>navegador</u>, muestra un recurso de información al usuario.

Netiquetas: las netiquetas son una serie de normas, digamos de convivencia, en la red. Cuando visitamos un pueblo u otro lugar que nos es ajeno y observamos cómo tienen unas costumbres, Internet también las tiene para tener un comportamiento educado. <u>Aquí puedes conocer más</u>, además de leer las reglas que existen.

<u>Hipervínculo/ link/ enlace</u>: nos permiten crear botones en nuestros textos o imágenes en los que si los pulsamos, nos dirigen a otra página web. Se suelen usar para aportar y agrandar información, o llevar a textos que están relacionados con el tema que tratamos. Este es uno de los valores base de la Red.

Blogosfera: hace referencia a todos los blogs de la Red. Se usa para describir el mundo de los blogs como una comunidad.

HTML: son las siglas de HyperText Markup Language (Lenguaje de Marcas de Hipertexto). Se trata de un lenguaje de programación que se utuliza para el desattollo de páginas de Internet.





Este manual ha sido elaborado por Macarena Remedia, una iniciativa del colectivo ZEMOS98, bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 3.0.



Macarena Remedia es un proyecto financiado por:



Puedes encontrar información de Macarena Remedia en:

Página web: http://macarena.zemos98.org
Por email: macarena@zemos98.org

También puedes visitarnos en: Espacio ZEMOS98 C/ Palma del Río, local 20 41008 Sevilla



