**l)**

**Lineamientos para artículos blog de la Fundación Charles Darwin**

**Diciembre, 2022**

**Introducción**

La Fundación Charles Darwin y su Plan Estratégico de Comunicación institucional contemplan la distribución de información a públicos externos como una actividad prioritaria para que el trabajo de ciencia que se realiza en Galápagos llegue a varias audiencias locales, nacionales e internacionales.

**Nuestro compromiso con ustedes**

* El equipo de comunicación está aquí para apoyarte a ti y a tu trabajo: queremos hacer que tu trabajo se destaque.
* Sabemos cómo escribir y podemos ayudarte a conseguir el tono adecuado y a utilizar el canal correcto para hacer llegar tu mensaje, en función de tus objetivos.
* Nos comprometemos a responder a cualquier nueva solicitud de blog en un plazo **de 48 horas**. Naturalmente, también tenemos periodos de mayor actividad, así que si no podemos revisar tu blog en este periodo nos comprometemos a informarte de cuándo te lo devolveremos.

**Contenido Artículos/Blog**

**Principios:**

* Antes de empezar a escribir tu blog, **piensa en el público al que va dirigido** y si un blog es realmente la mejor opción. Puede haber mejores opciones, como escribir un artículo, un comunicado de prensa o un post en las redes sociales.
* El **público también determinará tu estilo de redacción:** no escribas palabras técnicas si es para el público general de los donantes o la población local.
* **Corto y simple** **es siempre lo recomendado**- recuerda que las personas que leen en los sitios web a menudo no tienen mucho tiempo para leer, por lo que se quiere capturar su atención con un texto corto.
* **Sorprende a la gente con tu historia**: a la gente le encanta lo nuevo y lo sorprendente. El estilo de tu artículo también puede ser nuevo: ¿qué tal si escribes una conversación entre dos personas? ¿Una entrevista escrita? ¿Preguntas y Respuestas? ¿Una infografía? ¿Un cómic?

**Si tiene dudas, puedes escribir al equipo de comunicación para que te guíen en el mejor formato para contar tu historia.**

**Lineamientos:**

* **Títulos**: títulos cortos y directos, sin palabras técnicas.
* **Tamaño:** entre **500 y 700 palabras máximo**.
* **Fotos:** Insertar entre **tres y cinco fotos en alta calidad**, con una descripción y crédito. Ejemplo: *Científicos de la FCD trabajando en Plaza Sur. Foto: Diana Flores/FCD.*
* **Primer párrafo:** La primera oración del artículo debe ser cautivadora. Además, el primer párrafo tiene que describir el contenido, la idea principal. Debe atrapar a la audiencia con la información importante del contenido.
* **Citas:** Incluir mínimo **dos citas** con comentarios de personas.
* **Enlaces:** Incluir enlaces a páginas web de la FCD en palabras relevantes.
* **Referencia**: Si hay un artículo científico de la FCD que es la base del blog, por favor poner la referencia (con enlace) al final del artículo. Sin embargo, los blogs son para el público general y no debería llevar muchas referencias como un artículo científico.
* **Español e inglés:** En las Áreas donde se cuenta con personal bilingüe se espera que la misma persona trabaje en las dos versiones en los dos idiomas.
* **Edición**: Por favor revisar la ortografía y gramática antes de enviar a comunicación.
* **Versión final:** Solo se aceptará un artículo que haya sido terminado y pulido.

Estas condiciones no son opcionales. Si un artículo no se adhiere a estas condiciones, el equipo de comunicaciones esperará hasta que se reenvíe el artículo que sigue con estos lineamentos para revisiones y comentarios.

**Recomendaciones:**

**Audiencia:** Sabemos gracias a nuestras estadísticas de Google que los blogs y el contenido principal se apunta al público general y potenciales donantes para proyectos. No se apunta a técnicos. Nuestro objetivo principal es que la información enviada venda nuestro trabajo para recaudar fondos para los proyectos.

* **Importante/relevancia**: ¿Por qué es importante la noticia? ¿Es novedoso? ¿Por qué es importante a nivel global? ¿Cómo demuestra que lo que pasa en Galápagos es relevante?
* **Simple:** nuestras analíticas muestran que **artículos cortos y no técnicos tienen más lecturas**.
* **Tono de voz:** Es más fácil leer un artículo con **tono informal y amigable**, mientras comunique la ciencia. Piensa en anécdotas o datos interesantes.
* **Actual/Resaltar resultados:** Siempre debería incluir información actual que se enfoque en resultados e **impacto**.
* **Urgente:** Hacer que nuestro trabajo se sienta urgente. Delinear precisamente el futuro de un proyecto y qué es lo que necesita para llegar a ciertas metas.

**Estructura**

**IMPORTANTE: 500 y 700 palabras máximo**

1. **Título** corto, relevante e interesante. Pensar en utilizar palabras clave como Galápagos. Esto ayuda a posicionar mejor tu blog en buscadores como Google.
2. **Nombre** del autor. “Escrito por: Juan Pérez”.
3. **Primer párrafo:** Una o dos oraciones que atrapen al lector. Imagina que estás escribiendo para Twitter.
4. **Foto principal** con descripción y crédito.
5. **Párrafos** (4-7) con una idea central para cada una. Un párrafo bien escrito incluye un punto central y oraciones de evidencia que demuestren o expliquen la idea. Es aún mejor si se incluye una historia, cita o anécdota personal. Recuerden que “menos es más”. Si hay demasiado detalle, los lectores se aburren.
6. **Fotos** (3-5) deberían dividir el texto y demostrar los puntos en los párrafos. Escoger una variedad (científicos en el campo, animales, paisajes de Galápagos, instrumentos científicos, etc.) e insertar entre los párrafos relevantes. Los científicos siempre deben usar la camisa de la FCD en las fotos.
7. **Concluye** con oraciones que resuman tu artículo, y se enfoquen en la idea central que querías explicar. Mucha gente lee solo el primer o último párrafo de un artículo, así que ahí va el énfasis. Además, aquí hay la oportunidad de explicar la urgencia e importancia de nuestro trabajo e insertar una acción para que la gente done a la FCD.

**Formato**

Todas las publicaciones internas y externas de la FCD deben contar con la diagramación y aporte del Área de Comunicación antes de ser publicadas.

**Audiencia**

Todo artículo escrito por la FCD debe tener el objetivo principal de promocionar nuestro trabajo en Galápagos. Además de informar y educar, los artículos deberán resaltar por qué hay que donar. Hay que convencer al lector que el trabajo que hacemos es valioso y que no se puede hacer sin su apoyo. Aunque es positivo enfocar en una audiencia especializada (ornitólogos, comunidad Salasaca, científicos marinos), también es importante que todo artículo blog sea suficientemente general que toda persona (nacional o internacional) lo pueda entender.

**¡El blog es para el público general y no solo para científicos y necesitamos donaciones!**

**Compartir el blog**

La audiencia nos ayuda a definir los canales que utilizaremos para comunicar el blog. No todos los canales de las redes sociales se dirigen al mismo público. Algunos temas también determinarán el canal. Por ejemplo:

Las noticias locales, para un público más local, funcionan muy bien en Facebook:

* + Ejemplo: Recuento de aves en el October Big Day con la comunidad local
  + Ejemplo: Inventario de insectos en las granjas de Santa Cruz

Los blogs que muestran a nuestra gente y cómo las personas contribuyen de forma única a un proyecto funcionan muy bien en Linkedin, que tiene una fuerte audiencia de donantes y futuros talentos.

* + Ejemplo: Nueva presidenta de la junta directiva Yolanda Kakabase
  + Ejemplo: Premio de excelencia entregado al equipo de IT por Esri Ecuador por su trabajo con Sistemas de Información Geográfica.

Las noticias más inmediatas van bien en Twitter, que es rápido y pegajoso.

* + Ejemplo: Compartir la experiencia de la COP27
  + Ejemplo: Estadísticas de impacto de un nuevo artículo

Los blogs que muestran información novedosa o son muy visuales tienen más éxito en Instagram

* + Ejemplo: Resumen y estadísticas del informe de impacto
  + Ejemplo: Descubrimiento de 4 nuevos virus en la tortuga de Galápagos

**Llamadas de acción (Call to action)**

Es bueno siempre añadir una frase personalizada como *“DiveStat, junto con otros proyectos en la FCD, dependen completamente de la generosidad de nuestros donantes. Por favor* [*dona*](http://www.darwinfoundation.org/es/apoyanos/donar/) *hoy.”* Otros ejemplos de llamadas de acción:

* Aprende más aquí
* Mira este video
* Visita este link para más detalles
* Regístrate para este evento

|  |
| --- |
| **Aprobaciones**  Antes de ser publicado, todo blog tiene que estar revisado y aprobado por:   1. Coordinador del Área (ejemplo: PI) 2. Dirección de Ciencias 3. Dirección de Comunicación |