

Blasting News: Guía del Blaster

1. Blasting News: ¿Quiénes somos?

Blasting News es una plataforma de periodismo participativo (*social global journalism*, periodismo abierto): cada día publicamos cientos de historias gracias a la colaboración de miles de Blasters de España y de otros 34 países.

Blasting News tiene un objetivo ambicioso: revolucionar el mundo de la edición online, dando a cada uno la posibilidad de compartir sus propias ideas y opiniones con un público global y promoviendo una información realmente independiente.

La misión de Blasting News es la de:

- x Dar a cada Blaster en el mundo una plataforma internacional que les permita tener voz dentro de un medio internacional, siendo recompensados por ello a través de un sistema de remuneración meritocrático y fundamentado en la calidad de la información.
- x Ofrecer a cada lector un medio independiente, internacional y completamente personalizado, gracias a los algoritmos en grado de elaborar los intereses y las preferencias de cada uno.

1.1. ¿Cómo hacerse Blaster?

Para colaborar a distancia con Blasting News y convertirse en un Blaster, es necesario:

- Inscribirse a través del [formulario indicado](#)
- Aceptar los términos y condiciones y comprometerse a seguir la página y sus actualizaciones
- Enviar los contenidos a través de la [plataforma Blasting News](#)

Los editores evaluarán el contenido en función de las directrices comunes aquí recogidas y decidirán sobre su publicación.

1.2. Tiempos y modalidad de pago

Nuestros Blasters son remunerados en base a un sistema meritocrático y cualitativo: dependiendo de las visitas únicas a sus artículos en un periodo de 30 días desde su publicación, según el tarifario en vigor. Los datos de visitas y su recompensación relativa están disponibles en el área personal del Blaster, en la sección de “Ganancias” y “Visitas”.

La compensación será definida por Blasting News mediante un cálculo del sobre los ingresos publicitarios de cada categoría y se puede consultar a través de la tabla de cálculos disponible en el sitio de Blasting News en el link siguiente: <http://es.blastingnews.com/aprender-mas/>

Cuanto mejor sea tu artículo, más lectores estarán interesados en leerlo y mayor será tu recompensa. Para que se realice el pago se debe solicitar la opción de “solicitar el pago” antes del día 3 de cada mes, para que se efectúe el pago entre los días 10-15 del mes. Se puede solicitar el pago de los artículos con más de 30 días desde su publicación y a partir de una suma de 50 euros.

2. Blasting News: línea editorial

2.1. Los temas de los artículos

Blasting News es una cabecera generalista: cada Blaster puede elegir libremente el argumento del que ocuparse respetando las líneas de la presente guía, adecuando el contenido de las noticias a la zona geográfica de la plataforma de Blasting News en la que se publiquen y considerando temas de relevancia para los lectores de ese país.

Está prohibido el “copia y pega”

Aunque permitimos el uso de algunas citas, todas las publicaciones tienen que ser 100% originales. Si uno usa citas, tienen que estar siempre entre comillas y citar la fuente original. Blasting News se basa en algoritmos y analiza automáticamente los contenidos de texto que ya han sido publicados en otros sitios en el web.

Al identificar el contenido de “copia y pega” en el artículo, este no será publicado y el autor recibirá una advertencia. Después de tres advertencias, el Blaster será suspendido por un período de 7 días.

La primera y la segunda suspensión tienen una duración de 7 días, la tercera en cambio durará 30 días. Esta regla se aplica también a los contenidos escritos por los Blasters que hayan ya publicado el mismo artículo en otra plataforma.

Informaciones duplicadas

Blasting News favorece la pluralidad de los puntos de vista: están por tanto admitidos contenidos relativos al mismo tema por parte de varios Blaster, siempre y cuando ofrezcan información nueva y diferente a la ya publicada.

Las opiniones

La redacción se reserva el derecho de rechazar contenidos que a título personal manifiesten declaraciones difamatorias, molestas, persecutorias o amenazantes hacia otros y/o puedan ser ofensivas para la comunidad.

Las críticas de productos

Cuando se escribe la crítica de un producto o servicio, está bien recordar que el objetivo del contenido es siempre el de informar y no el de incentivar a su compra.

- x La descripción del producto/ servicio/ evento propuesta debe ser justa (con posibles alusiones a los pros y los contras).
- x La mejor manera para evitar caer en el publiartículo (publicidad disfrazada de noticia) es ofrecer al lector alternativas y una valoración personal.
- x Las críticas comparativas son las más funcionales y originales y las que contienen mayor valor añadido.

Con el objetivo de mejorar la calidad y actualidad del material informativo del periódico, Blasting News sólo aceptará a aquellos artículos (noticiosos, críticos o de opinión) relacionados con temas actuales, novedosos y de notable relevancia. Las definiciones, biografías, historias personales o relatos no se considerarán susceptibles de publicación.

2.2. El estilo de escritura

Blasting News quiere garantizar a sus lectores información de calidad: los contenidos tienen que ser escritos en español fluido y correcto, no solo a nivel ortográfico y gramatical, sino también a nivel sintáctico. Es muy importante el uso correcto de la puntuación. En caso de errores gramaticales, ortográficos o sintácticos graves, la noticia será rechazada inmediatamente.

2.3. Uso y citado de las fuentes

Es obligatorio hacer siempre referencia a las fuentes informativas del contenido editorial siguiendo algunas reglas fundamentales:

- x Las fuentes deben ser fiables: la fiabilidad de la fuente de referencia es fundamental. No basta con recoger los hechos con frases como “he oído...”, es necesario referirse a fuentes oficiales como agencias de prensa, instituciones, universidades, etc. o en su defecto, verificar las informaciones.
- x El recurso a una fuente no es equivalente a copia-pegar: cualquier contenido debe ser reelaborado en modo original. Están incluidos los comunicados de prensa y las comunicaciones oficiales.
- x Las citas van siempre recogidas en modo explícito: los contenidos varios (entrevistas, servicios, encuestas etc.) van citados exactamente como en la fuente original y se tienen que citar entre comillas (“”), para diferenciarse del autor del nuevo contenido.

2.4. Escribir noticias para la web de manera eficaz

Para escribir en la web se deben tener en cuenta algunas peculiaridades y tomar algunas precauciones con el objetivo de:

- Dar visibilidad a las propias noticias
- Aumentar el número de lectores propios
- Obtener mayores ganancias por cada noticia

Algunas reglas base

- x **Palabras clave:** elegir las palabras clave con las que se quiere que el artículo venga encontrado en los motores de búsqueda. Un instrumento útil para individuar las palabras clave más buscadas por los usuarios es [Google Trends](#). Recuerda que es más fácil posicionarse con palabras clave específicas que genéricas. Atención, utilizar siempre las mismas palabras clave a largo plazo puede perjudicar el posicionamiento SEO.
- x **Título del artículo:** el título tiene que contener las principales palabras clave que los lectores utilizan cuando buscan una noticia. No se aceptan mayúsculas (excepto para la primera palabra) y al final de la frase no se debe añadir punto.
- x **El subtítulo:** el subtítulo debe contener una pequeña descripción del contenido del artículo y repetir las palabras clave introducidas en el título. La mayúscula va sólo en la primera palabra y, como el título, no debe acabar en punto. Recuerda que no se deben presentar titulares/subtitulares con información entrecortada o inconclusa, deben ser unidades independientes que el lector comprenda sin leer nada más.
- x **Titulillos:** los títulos en el interior del artículo (los llamados títulos H2) facilitan la lectura a los usuarios. Para ser accesible a un vasto número de lectores, un buen contenido web debe contemplar una organización simple y clara de los párrafos.
- x **Cuerpo del artículo:** el artículo tiene que contener, tanto al inicio como en los diferentes párrafos, las principales palabras clave con sus correspondientes variaciones.
- x **Links:** Los enlaces a otros sitios ajenos a Blasting News no están permitidos. El título del link debe contener las palabras clave de la página de destino.
- x **La negrita:** sirve para resaltar las palabras clave utilizándola, pero sin exagerar (máximo dos o tres palabras por párrafo). Un uso excesivo de la negrita perjudica la lectura de texto.
- x **Foto:** las imágenes y fotografías del artículo ayudan a mejorar los resultados de las visitas, puesto que atraen a más lectores. Es importante insertar un pie de foto y una descripción que contengan las principales palabras clave ligadas al artículo.

- x **No copiar:** todos los artículos que se escriben deben ser originales. En el ámbito del web, los contenidos duplicados están fuertemente penalizados. Esto es así también para los contenidos publicados originalmente en Blasting News que vienen copiados en otros sitios.

Se recuerda que, por contrato, los derechos de las inserciones publicitarias dentro de la plataforma son de propiedad exclusiva de Blasting News. El uso de las inserciones en otros portales, de forma idéntica o invariada, constituye una violación de las reglas del contrato.

Prohibido abusar del SEO

Blasting no tolera las acciones de spam o comportamientos tales que puedan constituir una violación de las políticas de Google. La adopción de tales medidas determina un grave daño para el contenido por sí solo y para la página web. Monitorizamos muy atentamente la web cada día para hacer así que todo se desarrolle respetando las reglas y somos muy severos con quien es intransigente. Se debe evitar el abuso de las palabras clave (el llamado “keyword stuffing”) en títulos, subtítulos, meta descripciones y el texto del artículo.

Cuando un artículo se envía para publicar, un algoritmo escanea la noticia para evitar el *keyword stuffing*, si detecta que hay un abuso de la misma palabra clave te pedirá que modifiques el artículo antes de enviarlo de nuevo para aprobar.

- x **Las palabras claves y los contenidos del artículo deben corresponderse**


El título y el texto no pueden contradecirse entre ellos, por ejemplo: no se puede hablar en el título de “exclusivas sobre el *crepúsculo*” y escribir en el artículo que éstas no pueden ser reveladas. Se trata de una técnica de posicionamiento incorrecta que Google penaliza.

- x **No crear artículos en función de Google**


Los artículos no se crean con el único objetivo de posicionarse en los motores de búsqueda. El artículo debe ser útil al lector, no debe escribirse de manera que apetezca leerlo pero que luego no haya nada consistente en su interior.

3. Blasting News: cómo usar la plataforma

3.1 Introducir una nueva noticia

- x Después de haber accedido a la [plataforma de escritura](#), desde la página de bienvenida, haz clic sobre el botón “Escribe un artículo” y se abrirá una nueva página en la que podrás escribir tu noticia.
- x Introduce tu nueva noticia rellenando todos los campos requeridos: si pasas con el ratón sobre el botón  obtendrás más instrucciones sobre las modalidades de inserción.
- x **Categoría**

Para cada artículo debe ser seleccionada la categoría más apropiada entre las propuestas, en base al argumento del artículo. En la fase de aprobación, la redacción podrá modificar la categoría seleccionada.
- x **Título y subtítulo**
 - **Sugerencia:** el título debe contener, posiblemente al inicio, las palabras clave (*keywords*) con las que los lectores pueden encontrar los contenidos más fácilmente. Un instrumento para individuar las palabras clave puede ser buscar en [Google Trends](#).
 - El título no debe iniciar nunca con cifras y no debe terminar nunca con un punto o contenerlo en su interior. El subtítulo tampoco acaba en punto.
 - El título no debe contener comillas ya que son consideradas interrupciones del propio título.
 - **Sugerencia:** el subtítulo debe contener una pequeña descripción del contenido del artículo y repetir las palabras clave introducidas en el título. Éste, como el título, no debe acabar en punto. Recuerda que no se deben presentar titulares/subtitulares con información entrecortada o inconclusa, deben ser unidades independientes que el lector comprenda sin leer nada más.
 - No se debe escribir ni el título ni el subtítulo en MAYÚSCULAS.
- x **Cuerpo del artículo**
 - **Sugerencia:** introducir las palabras clave al inicio del artículo para permitir un mejor posicionamiento del contenido. Las palabras clave no van introducidas de manera casual, sino que mantienen una coherencia sintáctica. Las palabras clave se puede repetir en el resto del artículo, siempre manteniendo un nivel adecuado de coherencia sintáctica.
 - La importancia de las *5W*: *Who, What, When, Where, Why* (quién, qué, cuándo, dónde, por qué). Las primeras líneas tienen que contener la información más importante, para que el lector entienda inmediatamente de que trata el artículo.

- La **longitud mínima** del artículo es de **2.000 caracteres**. Sin embargo, recordamos que para ser eficaces y tener éxito con la audiencia en el web, el artículo no puede ser demasiado largo. Es por ello que recomendamos que el artículo tenga un **máximo de 3.500 caracteres** (con los espacios incluidos).
- El artículo debe estar estructurado en párrafos. Los párrafos pueden ser precedidos de un titulillo y deben tener unas 5 líneas y, muy recomendable, que sean dos oraciones independientes.
- El uso de listas numeradas o con guiones está aconsejado para hacer la noticia más legible, se pueden utilizar las que están en el editor.
- No deben escribirse palabras en MAYÚSCULAS.
- Es posible utilizar la negrita, evidenciando no más de 2 o 3 palabras por párrafo.
- Las citas deben ser breves y estar recogidas entre comillas. Pueden ser utilizadas solo las altas [“”] y no las inglesas [«»].
- Utilizar los acentos correctamente.
- El **espacio** va introducido después del signo de puntuación, no antes.
- Las palabras van separadas por un solo espacio, no más.
- Los puntos suspensivos son 3 [...]
- **Evitar errores tipográficos:** sugerimos utilizar un instrumento de corrección ortográfica y gramatical (como Word y otros procesadores de textos).
- No se toleran los **errores ortográficos y gramaticales**.
- Las fechas van escritas en cifras (15 y no quince); el mes va escrito en minúscula (febrero y no Febrero).
- No se admiten links de sitios externos. Cada artículo debe enlazar a otros de Blasting News. Inserta al menos dos enlaces internos hacia otras noticias publicadas en Blasting News relativas al tema que tratado. Para ello selecciona tres o cuatro palabras del texto y haz clic en el icono de hipervínculo  y se abrirá una ventana en la que pegar el link.

x **Campo de visibilidad**

Este campo sirve para evitar que las noticias que no son de actualidad acaben en la página principal de Blasting News: es importante completarlo, sobre todo para todas aquellas noticias que tienen una duración determinada en el tiempo. Se selecciona en el campo “visible hasta” la fecha y la hora del fin de la visualización y, a partir de ese momento la noticia seguirá publicada pero no será visible desde la *homepage* del sitio

- Algunos ejemplos de noticias de tiempo limitado:
 - Pronósticos de partidos
 - Anticipaciones sobre series de televisión
 - Horóscopo
 - Previsión del tiempo
 - Ofertas con una fecha de finalización precisa
 - Eventos como conciertos, espectáculos, etc.
 - Ofertas de empleo

Es muy importante completar correctamente el campo "Visible hasta": en el caso contrario, nos reservamos el derecho de excluir del pago las noticias que no estén correctamente indicadas.

x **Foto**

- La carga de fotos es obligatoria en cada artículo, pudiendo usar un mínimo de una y un máximo de diez por noticia. Las imágenes deben ser más grandes que 660x360px (con peso máximo de 5Mb) y libres de derechos de autor. Se pueden encontrar imágenes gratis utilizando la [Búsqueda Avanzada de Google](#) y seleccionando "derechos de uso: que se pueden utilizar o compartir libremente, incluso con fines comerciales".

Otro sitios que se pueden usar con registro gratuito, son:

- www.flickr.com
- <http://it.photl.com/>
- <http://www.sxc.hu/>
- <http://publicphoto.org/>
- <http://pixabay.com/>
- <https://www.flickr.com/creativecommons/>
- <https://unsplash.com/>
- <http://www.gratisography.com/>
- <http://www.stockvault.net/>
- <http://www.pexels.com/>
- <http://morguefile.com/>
- <https://picjumbo.com>
- <http://freerangestock.com/>
- <http://www.splitshire.com/>
- <http://deathtothestockphoto.com/>
- <http://foter.com/>
- <http://foodiesfeed.com/>
- <http://picography.co/>
- <http://photoeverywhere.co.uk/>
- <http://snapographic.com/>

- <http://jeshoots.com/>
- <http://finda.photo/>

- Se permite usar como imagen pantallazos de programas televisivos, el póster de las películas o festivales, los logos de equipos y productos, así como las portadas de libros.
- **¡Atención!** Los artículos con una **imagen inapropiada no** se publicarán.

x **Pie de foto y descripción de la imagen**

- El pie de foto aparece debajo de la imagen asociada al artículo y no debe llevar punto final.
- La descripción de la imagen aparece cuando se pasa con el ratón sobre la foto.
- El pie de foto y la descripción tienen que ser **diferentes** entre ellos.
- **Sugerencia:** Ambos deben contener las **palabras clave** del artículo: no deben hacer referencia a la imagen más bien al contenido de la noticia.

x **Archivos de audio**

- Es posible cargar un archivo de audio por cada artículo (formato Mp3, con un peso máximo de 2Mb).
- El archivo de audio debe estar relacionado con el argumento de la noticia. Y todos los archivos cargados deben estar libres de derechos de autor.

x **Embeber post de Facebook, Tweets y vídeos de Youtube**

Para darle un valor añadido a tu artículo puedes incrustar publicaciones de Facebook o de Twitter, así como un vídeo de Youtube en tu artículo, siempre y cuando esté relacionado directamente con el contenido. Para ello pincha en el botón de embeber de la plataforma de escritura.



Para encontrar el código de embeber que tienes que insertar, por favor lee las siguientes guías:

- Para posts de Facebook: <https://es-la.facebook.com/help/215768235242256>
- Para tweets: <https://media.twitter.com/best-practice/embedding-a-tweet>
- Para vídeos de Youtube: ir al vídeo en Youtube, hacer clic en el botón derecho del ratón y seleccionar "Copiar código de inserción".

Por favor, recuerda que esta es una oportunidad de añadirle valor a tu noticia y darle información original al lector. Si el equipo editorial considera que alguno de los post, tuits o vídeos no añaden ningún valor, el contenido embebido será eliminado.

x **Etiquetas (tags)**

- Las etiquetas son importantes para la optimización de las noticias, deben ser seleccionadas en relación al contenido del artículo. En caso que algunas etiquetas no estén presentes, es posible pedir las al equipo de Blasting News (espana@blastingnews.com).

x Fuentes

En Blasting News nos tomamos la información muy en serio. Para que el equipo editorial pueda verificar toda la información y asegurarse de que es correcta, requerimos que todos los Blasters escriban de donde han sacado la información (agencias de noticias, periódicos y otras fuentes de confianza). Es necesario el uso del link completo para que podamos encontrar la información exacta. Por ejemplo, la página del artículo de Europa Press o de El País, la página del Congreso en la que aparezca la información, etc. Este campo no es visible para el lector.

Si has realizado una entrevista y la información es sólo tuya, por favor marca la casilla “yo soy la fuente de información”.

Indica las fuentes de la información >

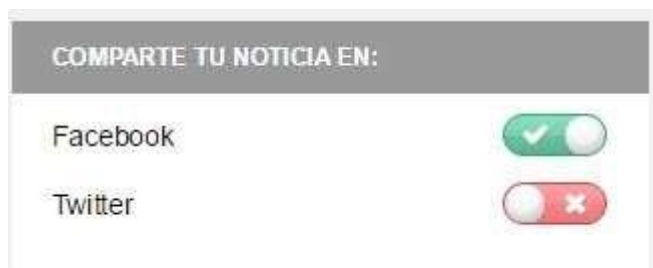
Inserta los enlaces de tus fuentes: _____



Yo soy la fuente de la información:

x Comparte automáticamente tu artículo en Facebook y en Twitter

Para garantizar los mejores resultados, comparte todos tus artículos. Si quieres hacerlo de forma automática utiliza las opciones para compartir de la plataforma.



- x Después de haber completado todos los campos de la noticia:
 - a. Haz clic en el botón “Guardar borrador”, para guardar las noticias y modificarlas más adelante, sin publicarlas.
 - b. Haz clic en el botón “Vista previa”, para ver cómo se visualizará tu noticia en la página una vez publicada (recuerda de “Guardar” la noticia antes de darle a “Vista previa”).
 - c. Haz clic en el botón “Enviar para su aprobación”, para mandar tu noticia al equipo de redacción.

Atención: una vez enviada a la redacción la noticia no podrá ser modificada.

I Durante la inserción de datos, las noticias se guardan automáticamente.

I Recibirás un email todas las veces que tus noticias sean aprobadas/ publicadas/ rechazadas. Es importante leer siempre y de manera atenta los e-mails de aprobación y de rechazo porque contienen indicaciones útiles y consejos por parte de los correctores sobre cómo mejorar el propio estilo de escritura. Recoger las indicaciones es fundamental y permite agilizar el proceso del trabajo de aprobación, ya que hace el proceso más fluido y veloz: en el caso de repetidos comportamientos que no tengan en cuenta los consejos dados, Blasting News se reserva el derecho a tomar medidas con los Blaster implicados.

3.2. Gestión de las noticias


En la plataforma, en la sección “Lista de noticias y noticias audio”, es posible controlar el estado de todas las noticias propias. Los filtros de la parte superior sirven para seleccionar las noticias que se quieren visualizar.

a. **Filtro de autor:** sirve para mostrar solo las noticias escritas del autor.

b. **Filtro de estado:** sirve para seleccionar las noticias escritas según su estado:

- Todas: mostrar todas las noticias escritas.
- En proceso de modificación (**MOD**): muestra las noticias escritas y guardadas, pero que todavía no han sido enviadas a la redacción para su aprobación. Pueden ser modificadas o borradas en cualquier momento.
- En aprobación (**ATT**): muestra las noticias ya enviadas a la redacción y que están a la espera de ser aprobadas. Estas noticias no pueden ser modificadas ni borradas.
- Para corregir (**COR**): muestra el artículo que los editores han enviado de vuelta para que el Blaster edite su noticia y haga las correcciones y cambios que requieren los senior. Estas sugerencias se enviarán por email al Blaster. Una vez hechos los cambios, el Blaster puede enviar de nuevo el artículo en la plataforma para su corrección y aprobación. Solo hay una oportunidad para editar la noticia, si los cambios requeridos no se han efectuado, se rechazará la noticia.
- Aprobadas (**APP**): muestra las noticias que la Redacción ha aprobado pero que todavía no ha publicado. Estas noticias no pueden ser modificadas ni borradas.
- Rechazadas (**RIF**): muestra las noticias que la redacción ha rechazado. Estas noticias no pueden ser modificadas ni borradas.
- Publicadas (**PUB**): muestra las noticias que la redacción ha aprobado y publicado. Estas noticias no pueden ser ni modificadas ni borradas.
- Borradas (**CAN**): muestra las noticias borradas. Estas noticias no pueden ser modificadas.

c. **Acciones:** a través de pequeños iconos vienen indicadas las acciones que se pueden realizar en las noticias. Pasando con el ratón sobre cada una vendrá visualizada la acción correspondiente.

d. **Ojo:** si en la columna entre Autor y Estado aparece el símbolo de un candado rojo  significa que la noticia está “bloqueada”. Una noticia puede estar bloqueada cuando la redacción la está aprobando: en ese caso es suficiente atender a que la Redacción salga de la noticia para verla de nuevo disponible.

3.3. Visualización de los artículos publicados

En el área de Ganancias/ Visitas de la plataforma es posible verificar los resultados de los artículos publicados. Los datos se actualizan todos los días y son certificados por herramientas de medición a tiempo real. El número de visitas vendrá discriminado por dos fuentes de tráfico: redes sociales (todas ellas, Facebook, Twitter, Pinterest, etc.) y otras fuentes (orgánicas, referidas, blogs, etc.).

Desde la primera página de bienvenida haz clic en “Visitas”: se abrirá una página con la lista de las noticias publicadas. Para cada noticia viene indicado:

- a. **Título**, con el link que remanda a la noticia publicada.
- b. **Fecha de publicación**
- c. **Fecha de finalización** (30 días después de ser publicada)
- d. **Las visitas**: número de visualizaciones que ha recibido la noticia.
- e. **Estado**
 - Activa: la noticia no ha llegado todavía a los 30 días de su publicación
 - Pendiente de pago: la noticia ha llegado a los 30 días de su publicación
 - Solicitada: para esta noticia ya ha sido requerido el pago
 - Pagada: la noticia ya ha sido pagada
- f. **Ganancias**: indica cuánto has ganado con la noticia. Este campo se actualiza continuamente.

3.4. Cómo pedir el pago

El pago puede ser requerido por el colaborador mismo en la sección “Solicitar el pago”: en esta área está disponible la lista de todos los contenidos que han llegado a sus 30 días de publicación y por eso es posible requerir el pago. Para poder requerir el pago es necesario haber completado antes todos los datos de pago obligatorios de la sección “Datos personales”.

El botón “**Solicitar el pago**” se activa cuando se llega a un mínimo de 50 euros:

- Haciendo clic en el botón se recibe vía email una lista con todos los contenidos editoriales y su
 - relativo recibo: se trata de un recibo standard para la cesión de derechos de autor.
- Blasting News pagará al colaborador el importe vía transferencia bancaria o Paypal.
- El pago de los recibos tendrá lugar dentro de los siguientes 30 días desde el envío de la factura firmada.
- El pago ha de hacerse antes del día 3 de cada mes para cobrar ese mismo mes.
 - Para más informaciones adicionales escribir a espana@blastingnews.com.
- No es preciso que nos envíes el recibo de vuelta.

4. Tiempos de Publicación

El tiempo de espera para la aprobación de los contenidos editoriales varía en base al número de artículos llegados a la redacción y a su actualidad. Todos los artículos son aprobados en función de su orden de llegada.

En caso que subsista una demora excesiva en la fase de aprobación, es posible escribir un correo electrónico al equipo (espana@blastingnews.com).

5. Después de la Publicación: la promoción social del artículo

Después de la publicación viene la promoción social del artículo. Los artículos publicados en Blasting News son indexados por los motores de búsqueda, con mayor o menor eficacia y velocidad según la calidad de SEO implementada y la popularidad de sus contenidos. Para aumentar la popularidad de las noticias es posible compartirla en todas las redes sociales. Para aumentar la popularidad de las noticias, tienes que:

- Compartir el artículo en tu perfil personal de Facebook, a través del botón “Recomendar”.
- Compartir el artículo en otras redes sociales.
- Promover el artículo en tu blog personal y en tu página web personal.
- No se debe intentar buscar lectores de manera ilícita. Todos los comportamientos destinados a obtener lectores de modo innatural, serán severamente castigados con la suspensión inmediata de la plataforma.
- Están expresamente **prohibidos** los siguientes **instrumentos** y aquellos similares a ellos:
 - Addmefast
 - Ad.fly
 - Hitleap.com
- **Está prohibido el spam.** El spam es dañino. Blasting News se reserva tomar medidas contra todos los autores con comportamientos que se puedan clasificar como spam. En particular el uso de directorios y agregadores está fuertemente desaconsejado ya que, si se utilizan de manera incorrecta, pueden ser fácilmente considerados como spam.
- **Utiliza el grupo nuestro de Facebook.** [Este grupo](#) es un excelente punto de encuentro para comunicarte con nosotros y obtener consejos y recomendaciones sobre cómo compartir y mejorar la calidad de los artículos, de la mano de otros Blasters, Senior Blasters y del equipo de Blasting News. Una vez te has registrado en Blasting News, búscanos y solicita entrar en el grupo.

6. Copyright

Todo lo que sea publicado en Blasting News está protegido por copyright. La producción de contenidos está autorizada solo previo acuerdo de Blasting Sagl: para utilizar los contenidos de la cabecera puede contactar con el equipo (espana@blastingnews.com). Blasting Sagl se reserva el derecho de publicar comentarios y contenidos enviados por los propios lectores a no ser que estos expresen lo contrario. Por contrato, los derechos sobre las piezas publicitarias dentro de la plataforma son de exclusiva propiedad de Blasting News. El uso de tales contenidos en el interior de otros portales, de forma idéntica e invariada, constituye una violación de las reglas de contrato.

7. Aviso legal

Blasting Sagl no es responsable ni tiene ningún tipo de responsabilidad relativa a los contenidos accesibles a través de la web y links posicionados en el interior de Blasting News que no estén destinados al propio sitio web.

8. Contactos

- Email: espana@blastingnews.com
- Grupo Facebook: [Blasting News España](#)