



Manual del taller
“USOS Y POSIBILIDADES DE LOS BLOGS”

Presentación. Taller de “Usos y posibilidades de los Blogs”

Desde el Departamento de Hacienda, Interior y Administración Pública, se promueve la realización de este taller, con el objetivo de dar a conocer qué es un blog y las posibilidades y usos con que estos cuentan. Para ello, se muestran ejemplos concretos de buenos blogs y se proponen actividades prácticas para crear nuestro propio blog.

Este manual forma parte de los materiales de la formación presencial que se lleva a cabo en centros públicos o de uso público de diversas localidades de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Publicado bajo licencia [Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 España \(CC BY-NC-SA 3.0 ES\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/)



Última actualización de este manual: septiembre de 2024.

[Talleres TIC](#) ¹

Talleres TIC. Manuales; 12



¹ <https://www.aragon.es/-/talleres-tic>

Índice de contenido

Presentación. Taller de “Usos y posibilidades de los Blogs”	1
01. Ejemplos de blogs.....	4
1.1. Blogs personales	4
1.2. Blogs temáticos.....	12
1.3. Blogs colectivos.....	19
1.4. Blogs de experiencias o vivencias	26
1.5. Blogs empresariales y corporativos.....	30
1.6. Blogs “diferentes”.....	34
02. Introducción: conceptos básicos	37
2.1. Qué es un blog	37
2.2. Diferencias entre un blog y una web	38
2.3. Principales características de un blog	38
2.4. ¿Por qué resultan tan interesantes los blogs?	40
2.5. ¿Por qué crear un blog?	41
2.6. Tipos de blogs.....	42
03. La expansión de los blogs: la blogosfera	48
3.1. La blogosfera en cifras	48
3.2. La influencia de los bloggers	49
3.3. Los blogs como herramienta estratégica para las empresas	51

04. Pasos a seguir para tener nuestro propio blog (actividad práctica)	53
4.1. ¿Por dónde empezar?.....	53
4.2. Blogs gratuitos y blogs de pago	54
4.3. Elegir la herramienta adecuada.....	55
4.4. Crear mi propio blog	57
4.5. Escribir mi primera publicación	63
05. Actividades prácticas.....	65
5.1. Conceptos básicos	65
5.2. La expansión de los blogs.....	66
06. Anexo	68
6.1. Enlaces y referencias.....	68



01. Ejemplos de blogs

En primer lugar, se van a mostrar ejemplos concretos de blogs que destacan por su calidad, sus contenidos o su relevancia. Siempre es recomendable fijarse en buenos ejemplos y **tomarlos como referencia** es un buen ejercicio para conocer los usos y posibilidades que ofrecen los blogs y, si nuestra idea es crear uno, poder afinar el tipo y filosofía del blog que queremos crear.

1.1. Blogs personales

Dentro de los blogs denominados “personales” podemos encontrar, desde blogs muy íntimos y modestos, hasta otros con claro objetivo de promoción de la marca personal. Veamos para empezar unos cuantos ejemplos de los primeros.

1) “Mi modo de ver la vida (Platón en mis manos)”

Como dice la propia autora, “Se trata de un blog donde cuento lo que me preocupa y donde dejo volar mi imaginación con mis relatos”, en “[Mi modo de ver la vida](#)²” podemos encontrar reflexiones personales en forma de **relatos**.



Imagen 1. Los relatos de “Mi modo de ver la vida” son de carácter personal.

² <http://platonenmismanos.blogspot.com.es/>

Los relatos publicados en este blog han tenido tal aceptación entre sus seguidores que recientemente se han recopilado en [formato libro](#)³. Además, este blog tiene la particularidad de que también podemos acceder a relatos en formato de audio ([relatos sonoros](#)⁴).

2) “La otra poesía”

Otro ejemplo de blog **personal e intimista** que vamos a mostrar es “[La otra poesía](#)⁵”. En él, Marta Villela, diseñadora y poeta recoge aquellas poesías que por una razón u otra le ha impactado. Como nos dice la autora “en este espacio, que espero que sintáis como vuestro -como ese rinconcito más cómodo del sofá- podréis encontrar reseñas de poetas según su estilo y, si sois como yo, que os gusta indagar sobre los poetas más allá de sus versos podéis cotillar la sección de ¡entrevistas!”.

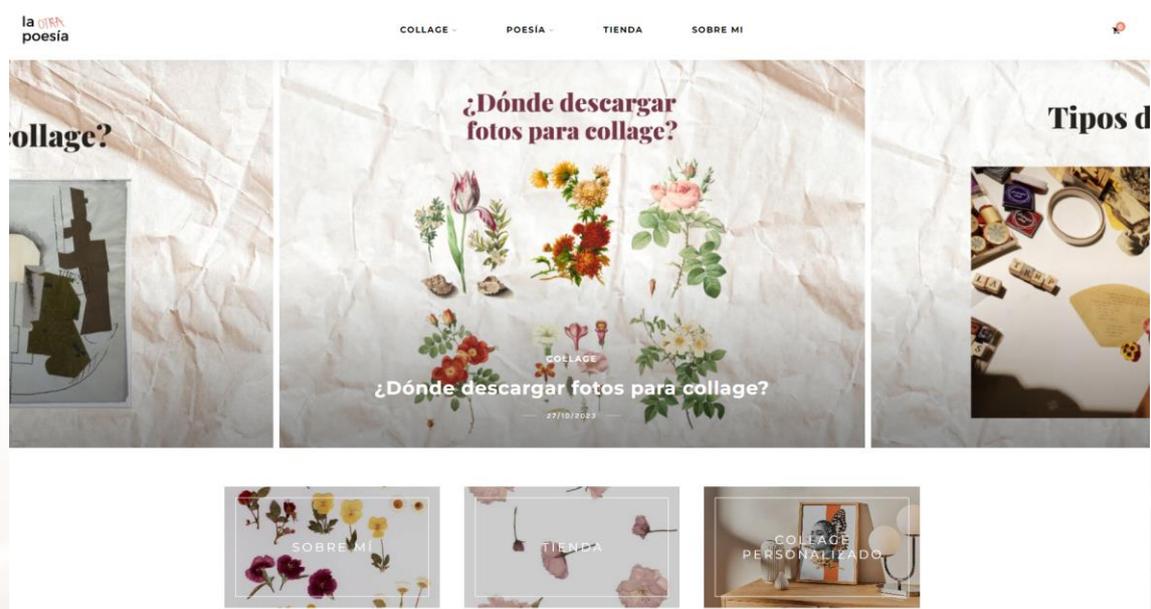


Imagen 2. Portada del blog La otra poesía

Como podemos observar en los ejemplos mostrados hasta ahora, muchas veces, los blogs personales no tienen mayor ambición que la de expresar pensamientos y sentimientos personales o íntimos. Sin embargo, algunos blogs comienzan siendo proyectos personales muy modestos y acaban convirtiéndose en un auténtico **fenómeno de masas**. Veamos un ejemplo.

³ <http://platonenmismanos.blogspot.com.es/p/mi-primer-trabajo.html>

⁴ <http://platonenmismanos.blogspot.com.es/p/narrados-por-la-voz-silenciosa.html>

⁵ <https://laotrapoesia.com/>

3) “Manzana y canela”

Un buen ejemplo de esto último es el blog de **cocina** “[Manzana y canela](#)”⁶, de Montes, una apasionada de la repostería. Las recetas que en él se publican han hecho de este blog que sea una de las ganadoras del concurso de mejor bloguero cocinero de Canal Cocina de 2019 (de momento no ha habido edición posterior).

[Los otros ganadores del concurso también son ejemplos de blogs personales](#)⁷.

Aquí podemos observar una de las recetas más visitadas del blog de cocina ganador del concurso 2019, en ella nos indica todos los ingredientes y todos los pasos para realizar una [Bundt cake de cacao y coco](#)⁸ (Receta sin lactosa):

Bundt cake de cacao y coco

(Receta de Montes Ortiz. Para un molde de bizcocho de 10 tazas de capacidad)

Ingredientes:

- 280 gr. de azúcar
- 6 huevos L
- 250 ml. de leche de coco
- 250 ml. de aceite de girasol
- 1 cucharadita (tsp.) de vainilla en pasta o extracto de vainilla de buena calidad
- 330 gr. de harina
- 55 gr. de cacao en polvo sin azúcar
- 3 cucharaditas (tsp.) de levadura química o impulsor
- 1 pizca de sal
- 130 gr. de coco en copos
- Para el glaseado:
 - 100 gr. de azúcar glacé
 - Leche de coco
 - Coco rallado para espolvorear

Imagen 3. Receta de Montes, Bundt cake de cacao y coco sin lactosa.

Los blogs que se van a mostrar a continuación se diferencian de los anteriores en que fueron concebidos con un objetivo mucho **más ambicioso** que los vistos hasta ahora. Los autores de estos blogs son expertos en temáticas o campos de conocimiento concretos y publican artículos dirigidos específicamente a un sector de lectores muy definido.

Se puede decir que sus blogs son escaparates donde muestran sus habilidades y/o conocimientos. Esta promoción de sí mismos está directamente

⁶ <https://www.manzanaycanela.com/>

⁷ <https://canalcocina.es/actualidad/noticias/ganadores-concurso-blogueros-cocineros-2019>

⁸ <https://www.manzanaycanela.com/2020/11/bizcocho-bundt-cake-de-cacao-coco-receta-sin-lactosa.html>

relacionada con el concepto de **imagen de marca**, el cual se explica más adelante en este manual.

4) “El blog de Clara Ávila”

Clara Ávila es una profesional experta en temas relacionados con **Internet, marketing digital y social media**. En 2012, recibió el premio Bitácoras al mejor blog tecnológico por su blog “La chica del Facebook” (ahora renombrado a “[El blog de Clara Ávila](https://www.claraavilac.com/clara-avila/)⁹”).



Imagen 4. Clara Ávila es una reconocida profesional en marketing y redes sociales.

Como se verá más adelante, cuando un blog acumula una gran multitud de seguidores, su autor se convierte en toda una personalidad en Internet y su opinión se considera relevante y muy influyente entre sus lectores. Es lo que llamamos un influencer (persona influyente). Veamos algunos ejemplos de influencers españoles.

5) “El blog de Enrique Dans”

Enrique Dans es un reputado **profesor universitario**, doctorado en Sistemas de la Información por la Universidad de Los Ángeles (UCLA), Estados Unidos. Ha cursado estudios postdoctorales en la Universidad de Harvard y está

⁹ <https://www.claraavilac.com/clara-avila/>

especializado en gestión de procesos de negocio, muy orientados en la mayoría de las ocasiones, a proyectos de base tecnológica.

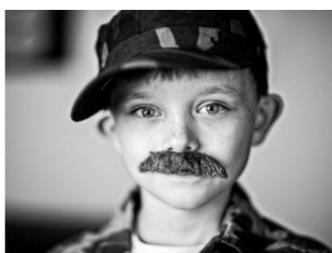
Sus artículos de opinión, habitualmente enfocados en temas relacionados con Internet, nuevas tecnologías y negocios empresariales, tienen gran **influencia** en Internet. Además de su [blog personal](#)¹⁰, Enrique Dans colabora con diversos medios de comunicación: *El País*, *El Mundo*, *Expansión*, *Cinco Días*, etc.



14 mayo 2023

Neutralidad de la red y astroturfing

En astroturfing, comments, fake, network neutrality, online campaign, telecom companies, US



A veces la justicia tarda, pero termina llegando. Otras veces, no llega. Cuando Donald Trump llegó a la Casa Blanca en 2016, una de las primeras cosas que hizo fue ejecutar lo que había pactado con el lobby de las telecomunicaciones: sustituyó al presidente de la [Federal Communications Commission \(FCC\)](#) por el impresentable lobbista [Ajit Pai](#), y lanzó una moción para terminar con la neutralidad de la red en los Estados Unidos.

Dado que la moción tenía que ser sometida a un periodo de consultas público y ofrecerse a los ciudadanos en una página para sus comentarios, las compañías de telecomunicaciones contrataron a varias compañías de *social media*, LCX Digital Media, [Lead ID, LLC](#), e [Ifficient Inc.](#), supuestamente para que ...

Imagen 5. Página de inicio del blog personal de Enrique Dans.

6) “Escolar.net (blog de Ignacio Escolar)”

Ignacio Escolar es un periodista que se dio a conocer, sobre todo, por su actividad en Internet como bloguero. Su blog, [Escolar.net](#)¹¹, está considerado como **el blog sobre política más seguido en España**.

Su trayectoria profesional le ha llevado a colaborar en diarios nacionales (*El Mundo*, *Cinco Días*, etc.). Fue director del diario *Público* durante dos años y actualmente dirige [Eldiario.es](#)¹², un periódico digital fundado por él mismo.

¹⁰ <https://www.enriquedans.com/>

¹¹ <https://www.eldiario.es/escolar/>

¹² <https://www.eldiario.es/>

El auténtico discurso del odio

El destrozo accidental del cruceiro en Madrid es anecdótico. La repercusión posterior de este suceso no lo es. La exagerada reacción de Vox, Ayuso y Feijóo es un perfecto ejemplo de vandalismo contra la convivencia, un ataque incívico más dañino para la sociedad que lo que un simple borracho puede provocar

El blog personal del director de elDiario.es, Ignacio Escolar. Esta activo desde el año 2003.

Puedes contactar con Escolar de forma segura a través del correo electrónico, PGP. También es posible mandar información y documentos a elDiario.es desde nuestro buzón seguro y encriptado en Filtrala.

Buscar post



Imagen 6. El periodista Ignacio Escolar es una de las personas más influyentes de nuestro país en Internet.

7) “The Conversation”

[The Conversation](https://theconversation.com/es)¹³ es un blog de noticias y reflexiones escritas por la comunidad académica e investigadora en tono divulgativo y estilo bloggero que se dirige a la sociedad en general. Sus posts están organizados por temáticas y se pueden comentar. Según el propio medio, su “objetivo es contribuir a un mejor conocimiento de los grandes asuntos contemporáneos y de las cuestiones complejas. Deseamos colaborar en la mejora cualitativa de la conversación ciudadana, porque creemos que el acceso a una información independiente, de calidad, rigurosa y explicativa es la base de una democracia sana”.

Muchos de los autores que publican en The Conversation lo hacen también en sus propios blogs, por ejemplo, Fernando Trujillo, cuyo blog personal recomendamos en el apartado de educación. Podrás encontrar esa y otra información sobre la persona que firma el artículo en su página personal en la plataforma y suscribirte a sus artículos.

¹³ <https://theconversation.com/es>



Imagen 7. Últimos posts de The Conversation.

Del mismo modo que hay personas que logran tener una gran relevancia en Internet gracias a los artículos que publican en sus blogs, obviamente, también existen casos a la inversa: es decir, personas que ya son populares con anterioridad por su labor profesional y **dan el salto al mundo digital** creando su propio blog.

Por poner algunos ejemplos, podemos citar al escritor brasileño [Paulo Coelho](https://paulocoelhoblog.com/)¹⁴, a la columnista y también escritora [Elvira Lindo](http://www.elviralindo.com/blog/)¹⁵ o la deportista paralímpica aragonesa [Teresa Perales](http://www.teresaperales.es/)¹⁶.

¹⁴ <https://paulocoelhoblog.com/>

¹⁵ <http://www.elviralindo.com/blog/>

¹⁶ <http://www.teresaperales.es/>

PAULO COELHO

STORIES & REFLECTIONS

[Home](#) [Stories & Reflections](#) [Paulo Coelho Foundation](#) [Agency and Press](#)

Recent Posts



MY WRITING TIPS

Author: Paulo Coelho

On Confidence You cannot sell your next book by underrating your book that was just published. Be proud

Search

Subscribe to Blog

Email Address

Subscrib

Imagen 8. Blog del escritor brasileño Paulo Coelho.

Imagen 9. Blog de la escritora Elvira Lindo.

Imagen 10. Blog de la nadadora aragonesa Teresa Perales.

1.2. Blogs temáticos

Otro de los tipos de blog más habituales y que más éxito tiene es el dedicado a una **temática principal**. Todos estos blogs tienen en común que sus artículos están dedicados a un tema principal. Podemos encontrar blogs dedicados a la moda, a recetas culinarias, a cultura, a salud, a educación, a viajes, a deportes, etc. Veamos algunos ejemplos de ello.

1) “El comidista” (blog especializado en comida y recetas)

Mikel López Iturriaga es un periodista al que su gran afición a la comida le llevó a crear el blog “[El comidista](#)”¹⁷, especializado en recetas culinarias, noticias sobre actualidad gastronómica y artículos sobre las propiedades nutricionales de los alimentos. Su blog, alojado en la web del diario El País, tiene multitud de seguidores y sus artículos son muy comentados en las redes sociales; en especial en [X \(antes Twitter\)](#)¹⁸, donde cuenta con casi 327.000 seguidores.



Imagen 11. “El comidista” ofrece recetas culinarias desde un punto de vista diferente.

¹⁷ <https://blogs.elpais.com/el-comidista/>

¹⁸ <https://x.com/mikeliturriaga>

2) “Vitónica” (blog sobre alimentación, salud y deporte)

En los últimos años, “[Vitónica](#)¹⁹” se ha convertido en un blog de referencia en temas de salud y bienestar. Este blog propone artículos relacionados, principalmente, con la alimentación y el deporte con el objetivo de mejorar nuestro estado de salud. Podemos leer, desde [consejos nutricionales](#)²⁰ para perder peso de manera saludable, hasta [ejercicios de entrenamiento específicos](#)²¹ (running, bicicleta, natación, etc.), pasando por [trucos y recetas de cocina](#)²².

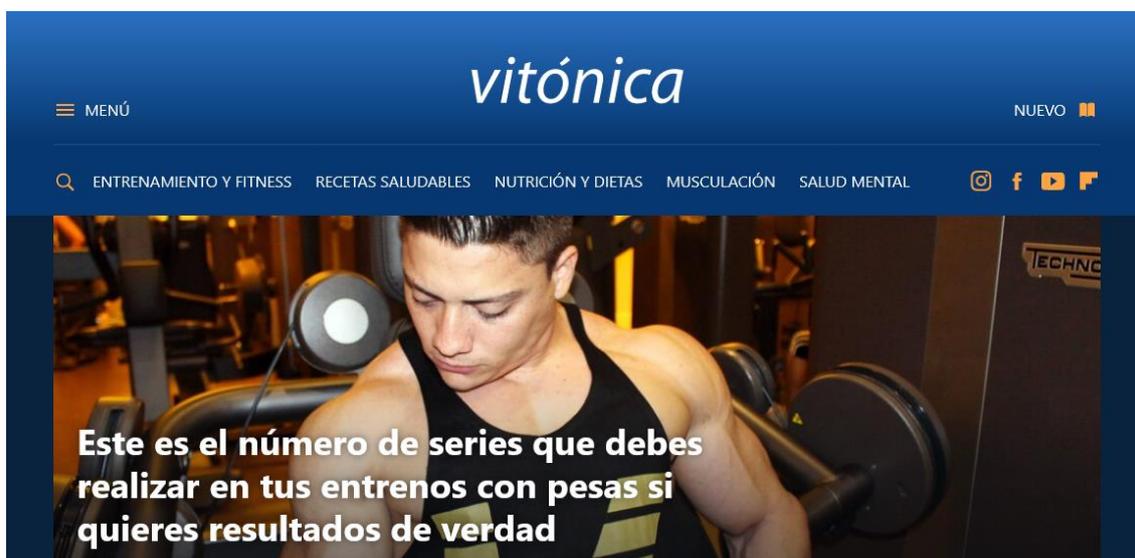


Imagen 12. Vitónica publica interesantes artículos con consejos de entrenamientos.

En relación a los blogs dedicados a temas de salud, es importante indicar que también los hay **especializados en un tema concreto**, como puede ser una enfermedad determinada, un tipo de entrenamiento deportivo, un tipo de dieta, etc.

Sirva como ejemplo el blog “[La artrosis](#)²³”, especializado en esta enfermedad: información interesante acerca de cómo prevenir la artrosis, cómo aliviarla, qué alimentos son importantes, etc. Del mismo modo que este blog está especializado en la artrosis, es posible encontrar otros blogs dedicados íntegramente a la diabetes, al alzhéimer, al reuma, etc.

¹⁹ <https://www.vitonica.com/>

²⁰ <https://www.vitonica.com/categoria/dietas>

²¹ <https://www.vitonica.com/categoria/entrenamiento>

²² <https://www.vitonica.com/categoria/recetas-saludables>

²³ <https://artrosia.com/blog.html>

Otro ejemplo es el [blog del Dr. Casado](#)²⁴. Este blog reúne contenidos específicos con imágenes, fotografías, vídeos, enlaces... Todas las herramientas para crear una plataforma útil y de fácil comprensión. El Dr. Casado es médico especialista en Medicina Familiar y Comunitaria, y escribe ante todo para pacientes -tanto en su propia plataforma como en foros-.

En el Blog del Dr. Casado se pueden encontrar también atractivos artículos de base como por ejemplo sobre el desconsuelo en la salud o acerca de los límites de la medicina.

3) “Toca mates” (blog educativo)

Con el sobrenombre de *Matemáticas manipulativas y creatividad*, “[Toca Mates](#)²⁵” es el blog personal de José Ángel Murcia, un licenciado en Matemáticas por la Universidad de Murcia y profesor de instituto. En su blog, además de artículos de reflexión y noticias de actualidad sobre educación, podemos encontrar ejercicios de matemáticas que su autor publica a modo de desafío para que niños y adolescentes propongan su solución.



Imagen 13. Página principal de “Toca Mates”.

²⁴ <https://www.doctorcasado.es/>

²⁵ <http://www.tocamates.com/>

4) “Fernando Trujillo. De estranjjs” (blog sobre educación)

“[De estranjjs](#)²⁶” es un blog dedicado a la reflexión en torno a la educación con especial atención a la innovación educativa, la integración de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el proceso de aprendizaje en las aulas y las organizaciones educativas.

“De estranjjs” está escrito por Fernando Trujillo, profesor titular de la Universidad de Granada y uno de los referentes en educación.



Imagen 14. “Fernando Trujillo. De estranjjs” es un blog dedicado a la reflexión educativa.

5) “Un periodista en el bolsillo” (blog sobre cultura)

“Un periodista en el bolsillo” es un proyecto personal de José Antonio Barrionuevo que, como él mismo cuenta en [esta entrevista](#)²⁷, nació fruto de una original idea: la creación de un **cuento ilustrado** por multitud de dibujantes. El cuento, llamado “Valentina”, es una bonita historia con apariencia infantil en el que cada capítulo está creado por un ilustrador diferente.

²⁶ <https://fernandotrujillo.es/blog/>

²⁷ <https://www.entretantomagazine.com/2013/05/16/jose-antonio-barrionuevo-creador-de-un-periodista-en-el-bolsillo-decidimos-mirar-hacia-el-mundo-de-la-ilustracion-y-hay-buenos-reportajes/>

La consecuencia de este proyecto ha sido el lanzamiento del blog “[Un periodista en el bolsillo](#)”²⁸, en el que, además del cuento “[Valentina](#)”²⁹ podemos leer artículos y noticias relacionadas con la cultura en general y centradas en la **ilustración**, en particular.

En el año 2012, este blog fue el ganador del [Premio 20 Blogs](#)³⁰ (organizado por el diario 20 Minutos) en la categoría a **Mejor Blog de Cultura y Tendencias**. Además fue uno de los cinco blogs finalistas al Premio al Mejor Blog del Año

Otro blog interesante y ganador de los [Premios 20blogs en 2015](#)³¹ es [Boticaria García](#)³² en la categoría de *Salud*. En este blog, escrito por Marian García, se explican cuestiones relacionadas con salud y nutrición.

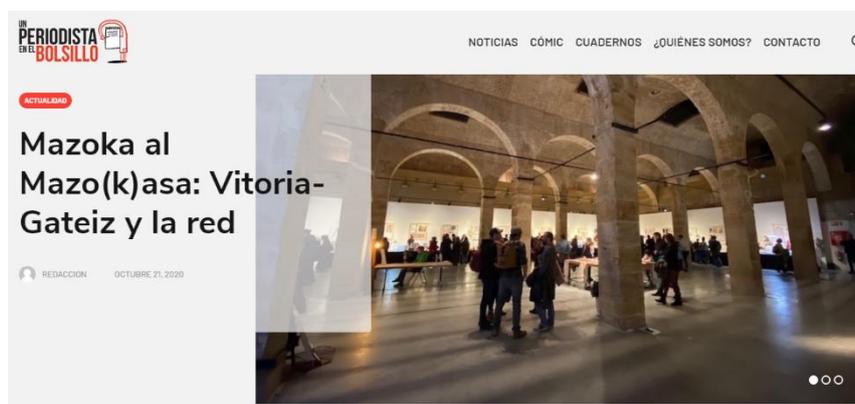


Imagen 15. Este blog muestra artículos de cultura, haciendo incidencia en la ilustración.

6) “Los traveleros” (blog de viajes)

Los blogs sobre viajes son muy apreciados por los usuarios, ya que en ellos podemos encontrar narraciones realizadas **en primera persona** por los autores del blog en cuestión. En ellas cuentan sus peripecias y aventuras en los viajes que emprenden, además de recomendar qué sitios visitar.

²⁸ <http://www.unperiodistaenelbolsillo.com/>

²⁹ <http://www.unperiodistaenelbolsillo.com/valentina/>

³⁰ <https://www.20minutos.es/premios-20-blogs/>

³¹ <https://www.20minutos.es/premios-20-blogs/>

³² <https://boticariagarcia.com/>

Decir, además, que las vivencias que experimentan los autores de los blogs sobre viajes son tan intensas, que estos blogs bien podrían también pertenecer a la categoría de “Blogs de experiencias”, que veremos más adelante.

Un buen ejemplo de blog especializado en viajes es “[Los traveleros](#)³³”, pero hay muchos otros. Desde que se creara, allá por 2015, “Los traveleros” no han parado de recorrer el mundo en busca de experiencias. Su página web está clasificada por continentes: África, América, Asia, Europa y Oceanía. Además, tienen una sección orientada a facilitar consejos, curiosidades y diarios de viaje.

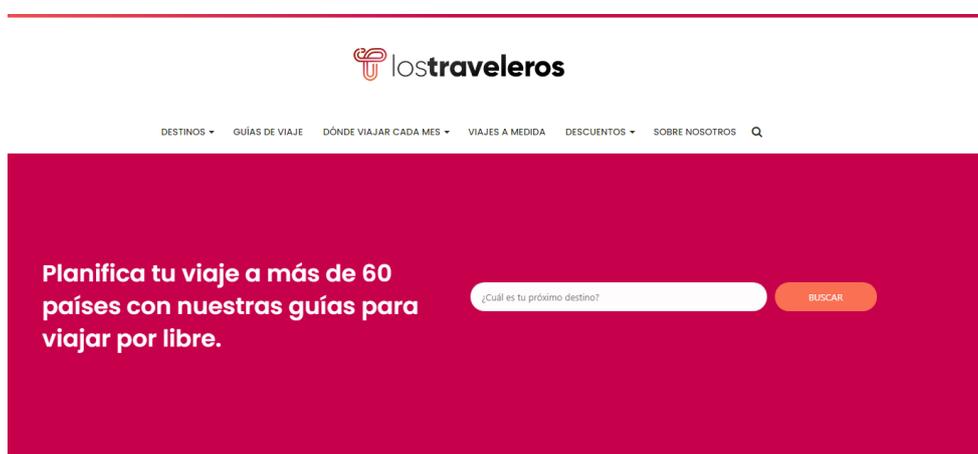


Imagen 16. “Los traveleros” contiene un extenso catálogo de viajes

7) “La meteo que viene” (blog sobre información meteorológica)

Aunque existen otros muchos blogs dedicados a ofrecer **información meteorológica**, se ha incluido en este manual “[La meteo que viene](#)³⁴” por dos razones: por ser un blog hecho desde Aragón y con información sobre Aragón y porque, además de mostrar información meteorológica, también ofrece información y propuestas de viajes a localidades de nuestro territorio en las que hacer senderismo, escalada, *running* y otros deportes de aventura.

³³ <https://lostraveleros.com/>

³⁴ <http://lameteoqueviene.blogspot.com.es/>

1.3. Blogs colectivos

Los blogs son la herramienta perfecta para que un colectivo de personas que **comparten intereses o aficiones comunes** informen sobre las actividades y noticias que se producen relacionadas con dicho colectivo.

Pensemos, por ejemplo, en una asociación cultural que organiza eventos, exposiciones, viajes, etc. O en una escuela de adultos en la que se imparten cursos, talleres y charlas. O quizás en una asociación de padres y alumnos que organiza actos, reuniones, celebraciones o conferencias.

Para todos estos casos, el blog es un **punto de encuentro** común donde, tantos los miembros de estos colectivos, como cualquier persona en general, puede consultar la información que se produzca relacionada a estos grupos de personas.

A continuación, se van a mostrar algunos buenos ejemplos que nos pueden ayudar a ver la utilidad de estos blogs. Para comenzar, vamos a ver ejemplos de blogs relacionados con **asociaciones culturales**, dedicadas, principalmente, a la difusión de las tradiciones típicas de la zona y a organizar exposiciones, charlas, etc.

1) “Asociación Cultural Nogará” (provincia de Zaragoza)

El blog de la [Asociación Cultural Nogará](https://asociacionnogara.wordpress.com/)³⁶ recoge noticias relacionadas con el objetivo principal de esta asociación: la promoción y difusión del aragonés.

Sigue la estructura clásica de un blog; es decir, muestra noticias ordenadas cronológicamente, apareciendo en primera posición la más reciente.

³⁶ <https://asociacionnogara.wordpress.com/>

Es un blog que admite comentarios y muestra mediante widgets la actividad de la entidad en redes sociales.



Imagen 19. Página de inicio del blog de la Asociación Cultural Nogará.

2) “Historias del Bajo Aragón” (provincia de Teruel)

Las personas que quieran saber sobre la historia del Bajo de Aragón, su origen, sus tradiciones, sus lenguas, etc., tienen en este blog una gran fuente de información. Sus contenidos, elaborados por un grupo de [5 historiadores y arqueólogos aragoneses](#)³⁷, cuentan con gran rigurosidad y una extensa documentación. Además, el blog tiene una cuidada y elegante apariencia visual.



Imagen 20. Blog dedicado a la historia del Bajo Aragón.

³⁷ <https://historiasdelbajoaragon.wordpress.com/quienes-somos/>

3) “Amigos de Serrablo” (provincia de Huesca)

La asociación “[Amigos de Serrablo](#)”³⁸ nace con el propósito de recuperar y difundir la cultura y las tradiciones típicas de la comarca que da nombre a la asociación. En su sección de blog, llamada [noticias](#)³⁹, podemos encontrar información cultural (exposiciones, actividades de museos, charlas, etc.) relacionada con las localidades de Sabiñánigo, Biescas, Gavín, Laguarda, etc.

Esta asociación tiene gran actividad en su blog y en las redes sociales. En [Facebook](#)⁴⁰, por ejemplo, tiene más de **2.400 seguidores**.



Imagen 21. Blog de los amigos de Serrablo.

4) “Tradiciones aragonesas”

Como su propio nombre indica, las personas que escribían en este [blog](#)⁴¹ (inactivo desde 2011) se dedicaban a recopilar y difundir actividades culturales y tradiciones populares de cualquier localidad de la Comunidad Autónoma de Aragón.

³⁸ <http://www.serrablo.org/>

³⁹ <https://www.serrablo.org/noticias/>

⁴⁰ <https://www.facebook.com/amigosdeserrablo>

⁴¹ <http://tradicionesaragonesas.blogspot.com/>

Así, por ejemplo, podemos encontrar artículos relacionados con los [Carnavales de Bielsa](#)⁴², [el Paloteado](#)⁴³ (muy típico en diversas comarcas aragonesas), [el descenso de navatas de Laspuña](#)⁴⁴, o [la Ruta del Tambor y el Bombo del Bajo Aragón](#)⁴⁵.

martes, 13 de diciembre de 2011

Paloteado o Palotiau

El Dance, los Dances, o también muchas veces el Paloteado o Palotiau, son los distintos nombres que recibe una de las manifestaciones folclóricas más genuinas y extendidas por Aragón.



Una de sus características más importantes es su variedad, aunque es fácil detectar unos elementos comunes: La representación teatral con música y baile propios, la existencia de una pastorada y unos dichos alusivos a la actualidad en la comunidad, los personajes típicos como el mayoral y el rabadán, el demonio y el ángel, y los conjuntos de los danzantes que ejecutan coreografías corales donde se enfrentan el bien y el mal. Los bailes mantienen grandes similitudes aunque se hagan con palos, bastones, espadas, etc., o las cintas que se entrelazan y se vuelven a destejer. También puede haber elementos más elaborados como terminar la representación con una torre humana coronada con el ángel o un niño.

Imagen 22. Este blog muestra tradiciones aragonesas como, por ejemplo, el Paloteado.

5) “C.E.I.P Valdespartera”

El blog del colegio [C.E.I. P Valdespartera](#)⁴⁶ es todo un ejemplo de escuela adaptada a los nuevos tiempos. En él podemos encontrar todo tipo de información multimedia: vídeos, fotos, juegos educativos, materiales, grabaciones radiofónicas, presentaciones interactivas, material didáctico para los alumnos

⁴² <http://tradicionesaragonesas.blogspot.com.es/2011/12/carnavales-en-bielsa.html>

⁴³ <http://tradicionesaragonesas.blogspot.com.es/2011/12/paloteado-de-novillos.html>

⁴⁴ <http://tradicionesaragonesas.blogspot.com.es/2011/12/descenso-de-las-navatas.html>

⁴⁵ <http://tradicionesaragonesas.blogspot.com.es/2011/12/ruta-del-tambor-y-bombo.html>

⁴⁶ <https://ceipvaldespartera.blogspot.com/>

Los contenidos del blog están elaborados por los propios alumnos y profesores del centro escolar.



Imagen 23. Blog del Colegio Valdespartera de Zaragoza.

6) “APA del Colegio Público San Braulio de Zaragoza”

Todavía sin salir de la escuela, podemos encontrar aún más ejemplos en los que los blogs son muy útiles para ciertos colectivos de personas. Es el caso de las asociaciones de madres y padres de alumnos, conocidas popularmente como **APA o AMPA**.

Como vemos en el ejemplo del blog del [Colegio Público San Braulio de Zaragoza](#)⁴⁷, los padres usan esta herramienta para informar de las reuniones celebradas en la asociación, de los horarios del comedor, de las actividades extraescolares programadas o para subir fotos de los viajes que hace la comunidad educativa, por ejemplo.



Imagen 24. Portada del blog del AMPA Voces de San Braulio.

⁴⁷ <http://apacpsanbraulio.blogspot.com.es/>

7) “Aula de Educación de Adultos de Alagón”

La educación de adultos es, con frecuencia, uno de los campos educativos en los que más incidencia se hace en la necesidad de aprender nuevas habilidades y conocimientos relacionados con las nuevas tecnologías y la sociedad de la información, con el objetivo de reducir la llamada “[brecha digital](#)”⁴⁸ entre los distintos sectores de la población.

Es por ello que no debe resultarnos extraño que muchas escuelas de adultos cuenten con un blog a la hora de difundir las actividades que estas realizan. Como ejemplo, podemos nombrar al [Aula de Educación de Adultos de Alagón](#)⁴⁹.



Imagen 25. Blog de la escuela de adultos de Alagón.

8) “Blog Asociación de cocineros de Aragón”

Desde 1993 la [Asociación de Cocineros de Aragón](#)⁵⁰ se consagra a la difusión de la gastronomía aragonesa, así como a la defensa y solidaridad del colectivo profesional de cocineros. Dentro del blog podemos encontrar los concursos que se celebran, eventos y cursos de formación gratuitos para los asociados. En la misma línea de las Escuelas de Adultos se sitúan los telecentros municipales, en los cuales se celebran talleres de difusión de las TIC, como este de “Usos y posibilidades de los blogs” que organiza el Gobierno de Aragón a través de la Dirección General de Administración Electrónica y Sociedad de la Información del Departamento de Innovación, Investigación y Universidad.

⁴⁸ https://es.wikipedia.org/wiki/Brecha_digital

⁴⁹ <http://aulaeducacionadultosalagon.blogspot.com.es/>

⁵⁰ <http://www.cocinerosdearagon.com/blog/>

Existen ya muchos otros telecentros aragoneses que durante los últimos años han creado su propio blog.



ACTIVIDADES / CONCURSOS / NOTICIAS

Christian Mor gana el XIX Certamen de Cocina Salada 'Lorenzo Acín' y Víctor Segura se convierte en el mejor repostero de Aragón

Pedro Bustamante y Reynol Osorio han resultado, respectivamente, segundo y tercer clasificado del XIX Certamen de Aragón de Cocina Salada 'Lorenzo Acín' y Jiayi (Lola) Fu y

Imagen 26. Blog "cocineros de Aragón"

Podríamos nombrar muchísimos más casos de blogs colectivos, como, por ejemplo: asociaciones de mujeres, agrupaciones de jubilados, federaciones deportivas, cooperativas, etc.

Sirva como ejemplo este Blog de una [EcoRedAragón](http://ecoredaragon.blogspot.com/)⁵¹ un espacio de encuentro entre consumidores y productores ecológicos.



Imagen 27. Blog de grupos de consumo y productores ecológicos de Aragón

⁵¹ <http://ecoredaragon.blogspot.com/>

1.4. Blogs de experiencias o vivencias

Como se ha mencionado al comienzo de este manual, los blogs fueron concebidos en su inicio con la idea de ser utilizados como si se tratara de un diario personal o un cuaderno de bitácoras.

Es por ello que los blogs son ideales a la hora de contar de manera cronológica algunas **experiencias vitales o personales** como puede ser un viaje, una estancia larga en el extranjero, el nacimiento y crecimiento de un hijo o incluso, ¿por qué no?, la experiencia de haber superado una enfermedad. Vamos a mostrar algunos ejemplos de blogs basados experiencias personales.

1) “Molaviajar.com”

Como es obvio por su nombre, este [blog](#)⁵² cuenta las experiencias vividas por sus autores en los diversos viajes que han realizado por todo el mundo. Así pues, podemos encontrar secciones dedicadas a distintos lugares, como “Nueva York”, “Ruta 66” o “Tailandia”. También cuentan con guías de viaje en formato digital e impreso para ayudarte a organizar tus propios viajes.

Cada uno de estos viajes son narrados en formato blog; es decir, se trata de publicaciones (o “entradas”) ordenadas cronológicamente y en las que narran las aventuras vividas en cada una de las paradas que realizan durante el viaje.

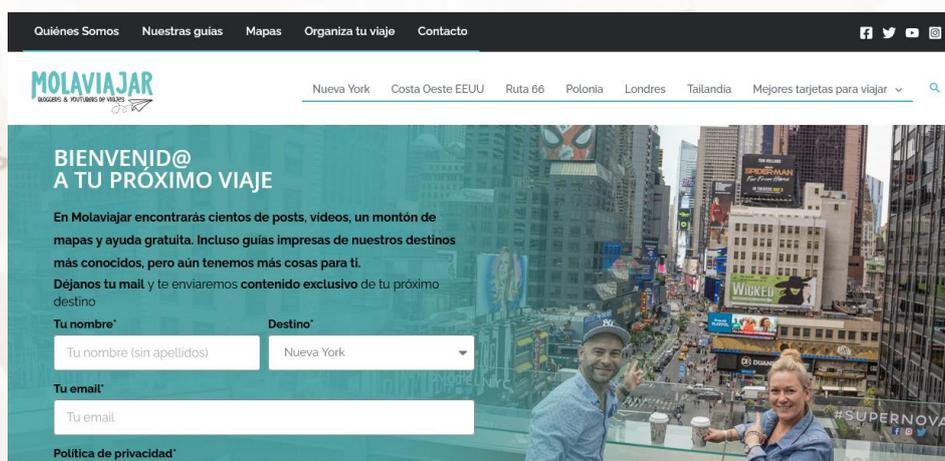
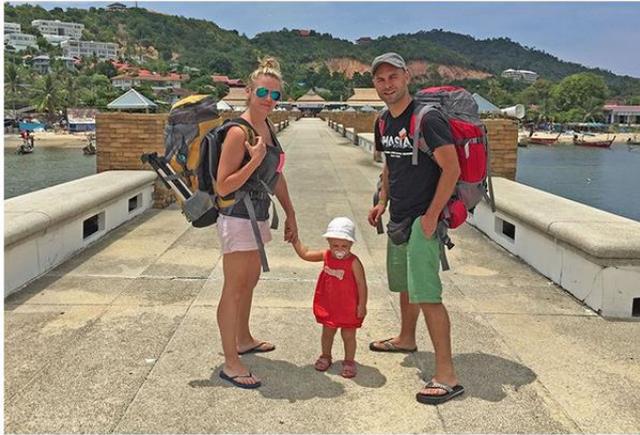


Imagen 28. Portal de acceso a la Web de Molaviajar.

⁵² <https://www.molaviajar.com/>



La vuelta al mundo en 80 días con un bebé (Nota de prensa)

Organiza tu viaje



Vuelos



Alojamiento



Seguro de viaje



Tarjetas



Imagen 29. La vuelta al mundo en 80 días.

Si consultamos cada una de las entradas publicadas en el blog, podemos encontrar extensos reportajes en los que tiene gran protagonismo las **fotografías o vídeos** que sus autores publican para mostrar cómo son los sitios que visitan.

Es un blog donde el formato **multimedia** tiene mucha importancia; tanto que hay muchas entradas que sólo cuentan con vídeo, lo que ha llevado a que tengan asociado un [canal de Youtube](https://www.youtube.com/user/molaviajar/featured)⁵³ en el que cuelgan una parte importante de su contenido.

⁵³ <https://www.youtube.com/user/molaviajar/featured>

2) “Erasmusu - blogs”

La comunidad [Erasmusu](#)⁵⁴ es un portal en el que encontrar pisos de estudiantes para Erasmus, que se quedan períodos breves de tiempo en lugar de todo el año, pero su propósito es ayudar a los estudiantes a organizarse y prepararse su estancia Erasmus. Por eso, cuenta con blogs en los que cualquier estudiante registrado puede escribir.

erasmusu



[Inicio](#) > Blogs

Blogs Erasmus

Buscar

Crear Nuevo Blog

Imagen 30. Página principal de los blogs Erasmusu.

Estos blogs cuentan vivencias personales, consejos de viaje, de actividades, reflexiones post Erasmus... Y se pueden encontrar también blogs de una ciudad concreta escritos por una sola persona, como ocurre con [Milán](#)⁵⁵. Actualmente cuenta con más de 38.000 entradas.

3) “Mamá (contra) corriente”

Dado que este apartado del manual está dedicado a los blogs que narran experiencias personales, es obvio que no podía faltar la experiencia de ser padre o madre. “[Mamá \(contra\) corriente](#)⁵⁶” es el blog que una treintañera de Madrid creó tres meses después de que naciera su primer hijo, en el año 2009.

⁵⁴ <https://erasmusu.com/es/blog-erasmus>

⁵⁵ <https://erasmusu.com/es/erasmus-milan/blog-erasmus>

⁵⁶ <https://mamacontracorriente.com/>



Imagen 31. La autora de este blog cuenta la experiencia de ser madre.

En su blog, además de hablar sobre conceptos propios de la **maternidad** (lactancia, apego, pediatría, etc.), la autora también explica cómo la experiencia de ser **bloguera** ha supuesto un antes y después para ella, ya que ha encontrado en Internet un lugar donde exponer sus ideas libremente y compartirlas con otras personas.

4) “El blog de Pasqual Maragall” (exalcalde de Barcelona)

En octubre de 2007, el ex-alcalde de Barcelona, Pasqual Maragall, anunció públicamente que padecía Alzheimer. Solo unos años más tarde, Maragall creaba una [fundación](https://fpmaragall.org/la-fundacion/)⁵⁷ para la investigación sobre el Alzheimer.

⁵⁷ <https://fpmaragall.org/la-fundacion/>

Dicha web contiene un apartado llamado “[Blog](#)⁵⁸” donde habla sobre el Alzheimer y dan consejos para afectados y cuidadores.

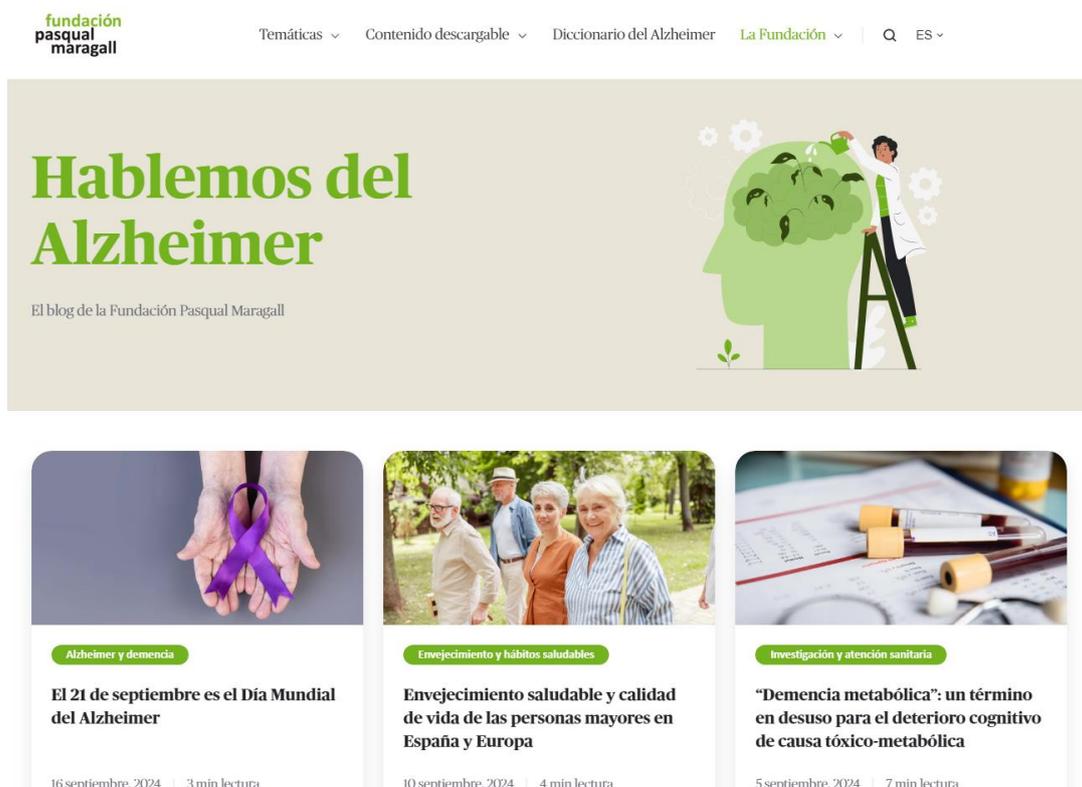


Imagen 32. La Web de Pasqual Maragall tiene un apartado personal a modo de blog.

1.5. Blogs empresariales y corporativos

Como se verá más adelante en este manual, si hay un sector que ha sabido darse cuenta y aprovechar al máximo los beneficios y ventajas que ofrecen los blogs, este es el sector **empresarial**. Tanto a nivel interno (herramienta de comunicación dentro de la propia organización) como a nivel externo (herramienta para la mejora de la imagen de la empresa), podemos encontrar buenos ejemplos de blogs corporativos.

A continuación, se van a mostrar algunos ejemplos de empresas muy importantes que han sabido utilizar los blogs como un canal de comunicación entre la propia empresa y **sus clientes y seguidores**. Otra consecuencia muy importante de un buen uso de los blogs corporativos es, como se ha dicho, la mejora de la imagen de marca.

⁵⁸ https://blog.fpmaragall.org/?_ga=2.145653620.1378547104.1606729138-1163982684.1606729138

A continuación, veremos una selección de blogs corporativos destacables de empresas españolas.

1) “Me gusta volar”

Como se puede intuir por el nombre del blog, “[Me gusta volar](#)⁵⁹” es un blog de Iberia dedicado a temas relacionados con la aerolínea española, pero contado con un tono más informal y desde otra perspectiva diferente a la habitual. En el blog tienen cabida muchos temas que, *a priori*, nada tiene que ver con vuelos, aeropuertos, aviones o facturaciones.

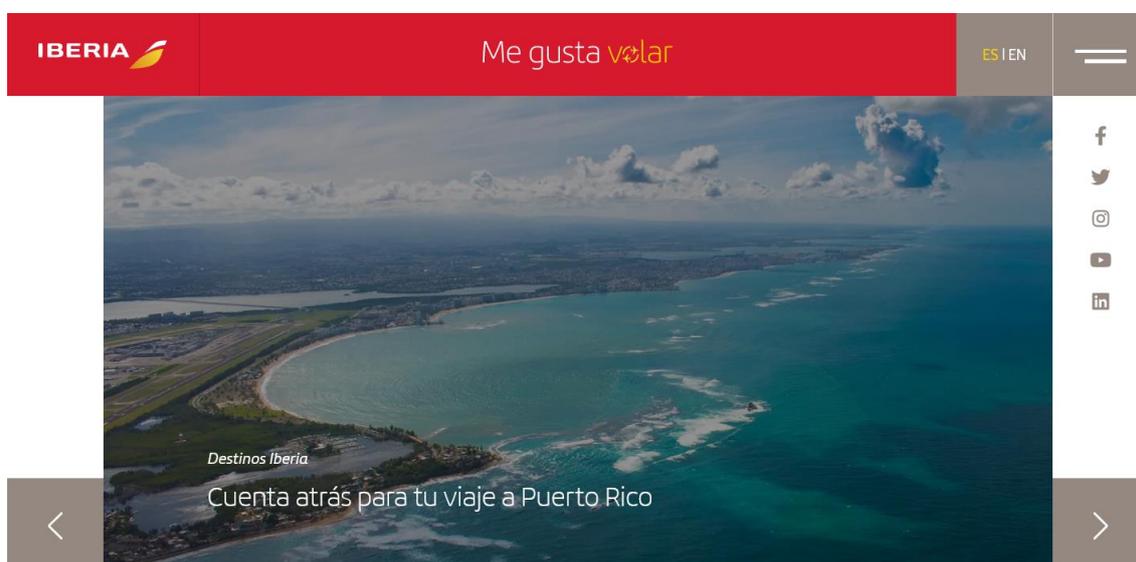


Imagen 33. Blog corporativo “Me gusta volar”.

2) Blog de empresa del sector bancario

Podría pensarse que las entidades bancarias son un sector poco atractivo o al menos, no lo suficientemente interesante como para encontrar blogs dignos de mención. Pero existen ejemplos como “[El blog de CaixaBank](#)⁶⁰” que demuestran lo contrario.

Con un diseño minimalista y muy limpio, este blog permite filtrar sus publicaciones mediante las categorías “Corporativo”, “Innovación” y “Social” de su menú principal. Además, es posible suscribirse a cada una de estas categorías individualmente o a todas, si así lo deseamos.

⁵⁹ <http://megustavolar.iberia.com/>

⁶⁰ <https://blog.caixabank.es/blogcaixabank/>



CORPORATIVO INNOVACIÓN SOCIAL



25 Julio, 2018

Promover mejores prácticas medioambientales y sostenibles, el



18 Julio, 2018

La ciberseguridad de los bancos en un mundo interconectado



16 Julio, 2018

La revolución tecnológica en los Mundiales de fútbol

Imagen 34. Blog corporativo de CaixaBank.

Un aspecto muy importante a la hora de conseguir que un blog tenga éxito y acumule muchos seguidores, es que sus contenidos estén conectados con otras herramientas digitales. En este aspecto, las **redes sociales** juegan un papel importantísimo por lo rápido y sencillo que es compartir artículos y publicaciones con nuestros contactos. Como vemos, el blog de CaixaBank muestra en la parte superior sus perfiles en X (antes Twitter), Facebook, Instagram, Google Plus, Youtube, Pinterest y LinkedIn, estando visible en todas las páginas.

3) “Think Big”

La multinacional española en telecomunicaciones Telefónica ha apostado siempre por las nuevas tecnologías como una herramienta indispensable a la hora de comunicarse con sus clientes y socios.

El uso de herramientas en Internet por parte de Telefónica viene de lejos y buena prueba de ello son los diversos blogs con los que cuenta. De todos ellos, destaca “[Think Big](https://blogthinkbig.com/)⁶¹” (“Piensa en grande”, en castellano), en el que se publican

⁶¹ <https://blogthinkbig.com/>

noticias y artículos relacionados, principalmente, con la tecnología, la innovación y la creación de nuevas empresas.



Imagen 35. “Think Big” es un blog corporativo de Telefónica con actualidad tecnológica.

Podríamos nombrar muchísimos más ejemplos de buenos blogs corporativos. Si quieres ver una selección de “[Los mejores blogs corporativos](#)”⁶², la página [Gen Words](#)⁶³; una de las webs en español de referencia sobre marketing, hace selecciones periódicas de blogs de empresas de todo el mundo.

Un caso interesante dentro de los blogs corporativos es el relativo a los blogs de **periódicos digitales**. Es cada vez más frecuente que los periódicos online cuenten con un variado catálogo de blogs en los que sus autores publican artículos de opinión, reflexiones, viñetas, etc. Sería el equivalente digital a las *columnas* de los periódicos de toda la vida, solo que, en este caso, los blogs permiten tener un **contacto directo** entre los columnistas y sus lectores.

Por ejemplo, cómo podemos ver, el diario [El País](#)⁶⁴ cuenta con un extenso número de blogs divididos en las siguientes categorías: “Internacional”, “Política”, “Economía”, “Cultura”, “Sociedad” y “Deportes”. Podemos pinchar en

⁶² <https://www.genwords.com/blog/los-mejores-blogs-corporativos>

⁶³ <https://www.genwords.com>

⁶⁴ <https://elpais.com/elpais/blogs.html>

el menú correspondiente para acceder a cada una de estas categorías. Esta, por ejemplo, es la de Cultura:



Imagen 36. Diferentes temáticas Blogde “El País”.

Otros periódicos que también cuentan con una colección de blogs son, por ejemplo: [El Mundo](https://www.elmundo.es/blogs.html)⁶⁵, [Heraldo de Aragón](https://www.heraldo.es/noticias/blog/portada/)⁶⁶, [ABC](https://abcblogs.abc.es/)⁶⁷, etc. Actualmente, prácticamente todos los medios digitales escritos publican sus propios blogs.

1.6. Blogs “diferentes”

El último de los apartados de este capítulo es el dedicado a aquellos blogs que, por una razón u otra, son diferentes al resto. Se trata de blogs que difícilmente se pueden incluir en alguna de las categorías explicadas anteriormente.

⁶⁵ <https://www.elmundo.es/blogs.html>

⁶⁶ <https://www.heraldo.es/noticias/blog/portada/>

⁶⁷ <https://abcblogs.abc.es/>

1) “Qué vida más triste”

Un buen ejemplo de esto es el caso de la serie televisiva “[Qué vida más triste](#)⁶⁸”. Lo que comenzó siendo una modesta serie cómica en Internet, en la que se contaba la vida de Borja y Joseba, sus dos personajes principales, terminó siendo una serie de televisión con un notable éxito de audiencia.

En su inicio, el proyecto fue concebido como un blog (o *videoblog*, en este caso) en el que se colgaban capítulos de escasa duración en **formato vídeo**. La página web de la serie logró reunir más de 2 millones de visitantes. Este éxito supuso que el formato fuera comprado por La Sexta, dando el salto a la televisión.



Imagen 37. Cabecera de la serie televisiva “Que vida más triste”.

2) “Yo fui a E.G.B.”

Javier Ikaz y Jorge Díaz, nacidos en los 70, cursaron sus primeros años de estudio bajo el marco de la Ley de Enseñanza General Básica, o como se le conocía popularmente, la E.G.B.

⁶⁸ <http://qvmtonline.blogspot.com.es/>

Como explican los propios autores en [esta entrevista](#)⁶⁹, este [blog](#)⁷⁰ pretende mostrar de manera amena y divertida cómo eran aquellos años (la década de los 80, principalmente), la manera de vestir, la forma de hablar, los juegos de la época, la comida, a qué jugaban los niños en el colegio, etc.

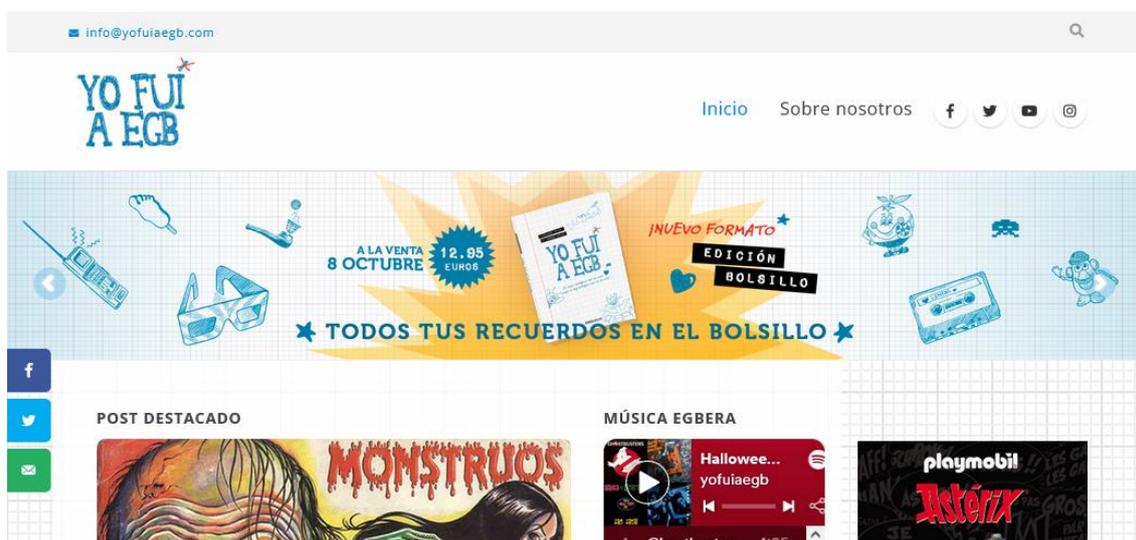


Imagen 38. El blog “Yo fui a EGB” es todo un fenómeno de masas en Internet.

Lo que comenzó siendo casi una anécdota, es ahora un fenómeno de masas en Internet: miles de visitas diarias al blog, más de 1 millón de seguidores en Facebook, **Premio Bitácoras 2012**, **Premio 20Blogs 2012**, etc. Además, los autores del blog han publicado ya [cuatro libros](#)⁷¹ con el mismo título del blog, un juego de mesa y un disco.

Como conclusión final a este capítulo, es conveniente puntualizar que los blogs mostrados son solo eso, ejemplos. La razón por la que han sido incluidos es que, en general, todos ellos han obtenido reconocimientos públicos, premios y un notable éxito. Pero existen multitud de blogs desconocidos para la gran mayoría que son muy interesantes. Es por ello que te invitamos a que bucees por la red y encuentres **tus favoritos**.

⁶⁹ <https://cadenaser.com/audio/011RD01000000116494/>

⁷⁰ <https://yofuiaegb.com/>

⁷¹ <https://www.amazon.es/fui-egb-Libros/s?k=yo+fui+a+egb&rh=n%3A599364031>

02. Introducción: conceptos básicos

2.1. Qué es un blog

El término *blog* se obtiene de la unión de dos palabras inglesas: **web** + **log**. La primera de ellas hace referencia a las páginas y sitios web que visitamos en Internet, mientras que el vocablo *log* es usado en la jerga informática para referirse a registros que almacenan datos acerca del uso de aplicaciones informáticas durante periodos de tiempo concretos: cuántas personas han accedido a una aplicación, desde dónde han accedido y en qué momento, incidencias detectadas, etc.



Web + log = Weblog

Imagen 39. Origen del término blog.

Por eso es habitual referirse a los blogs como *cuadernos de bitácora*, en clara alusión a los registros que se usan en la navegación marítima para almacenar datos relacionados con la velocidad, el rumbo, los incidentes, etc.

En la actualidad, existen multitud de herramientas en Internet que permite que cualquier persona, asociación, empresa, entidad, etc. pueda crear su propio blog y publicar contenidos en Internet. Estas herramientas se llaman **Sistemas Gestores de Contenido**, también conocidas con sus siglas **CMS** (del inglés, *Content Management Systems*).

Los CMS permiten crear un sitio web en Internet (un blog, en este caso) con las herramientas necesarias para publicar, editar, compartir y borrar artículos (también llamados **entradas**). Los artículos pueden incluir texto, imágenes, vídeos, animaciones y muchos otros elementos multimedia. Más adelante se explicarán cuáles son los CMS para blogs más utilizados en la actualidad.

2.2. Diferencias entre un blog y una web

En la actualidad, las diferencias entre un blog y cualquier otro sitio web no están tan definidas, puesto que el uso de blogs se ha expandido de tal manera que ambas herramientas se han fusionado y a veces se usa indistintamente ambos términos.

No obstante, podríamos decir que los blogs se usan principalmente cuando se quiere publicar contenido de manera **habitual y continuada en el tiempo** y dicho contenido se muestra **ordenado cronológicamente**: el contenido más reciente aparece en primer lugar y el más antiguo, en última posición.

Evidentemente, cualquier sitio web puede disponer de un apartado con estas características (las noticias que publica un ayuntamiento en sus webs, ordenadas cronológicamente, por ejemplo), pero en el caso de que el sitio cuente con más funcionalidades, sería más apropiado hablar de **portales web**.

Un portal web suele ofrecer muchos más servicios que un blog, aunque, actualmente, los blogs se han vuelto **cada vez más completos** y cuentan con **potentísimas herramientas**. Es por ello que la frontera entre lo que es un blog y cualquier otra web es cada vez más difusa.

2.3. Principales características de un blog

Como se ha mencionado anteriormente, la principal característica de un blog es que éste muestra sus contenidos ordenados cronológicamente. Pero podemos añadir muchas otras:

Multimedia: Tal y como ocurre con la gran mayoría de las páginas web, los artículos que se publican en un blog pueden contener, además de texto, diversos elementos multimedia: imágenes, vídeos, animaciones, sonidos, mapas incrustados, etc.

Participativos: El objetivo final de los blogs es conseguir que haya gente que lea nuestras publicaciones y recibamos su opinión y valoración. Es por ello que la mayoría de los blogs permiten que los lectores escriban comentarios en cada

uno de los artículos publicados. Además, los blogs cuentan con herramientas que nos permiten compartir un artículo con nuestros contactos, ya sea enviándoles el enlace por correo electrónico, o publicando dicho artículo en nuestros perfiles de redes sociales ([Facebook](#)⁷², [X](#)⁷³, etc.).

Suscripción (RSS): Si los contenidos que publica un blog nos parecen relevantes y de interés, es muy probable que queramos suscribirnos a él. La suscripción nos permite ser informados cada vez que se publica un nuevo contenido en ese blog. Esto se hace mediante la sindicación de contenidos por [RSS](#)⁷⁴. También es muy habitual que los blogs nos permitan ser informados por correo electrónico cada vez que hay un comentario en un artículo concreto del blog. Esta funcionalidad es muy interesante ya que, si escribimos un comentario en el artículo de un blog esperando que nos respondan, recibiremos una notificación cuando esto ocurra.

Buscador: Prácticamente todos los blogs disponen de un buscador (situado habitualmente en la zona superior de la pantalla) que sirve para filtrar su contenido y acceder, de esta manera, solo a las publicaciones que nos interesan.

Categorías: Por lo general, los contenidos de los blogs están organizados por categorías o temáticas, por lo que, además de usar el buscador, el usuario tiene la posibilidad de consultar contenidos específicos sobre un tema o categoría accediendo al apartado correspondiente. Por ejemplo, si un blog publica artículos relacionados con noticias deportivas, podría categorizar sus artículos por deportes: *fútbol, tenis, baloncesto, motor, etc.*

Conceptos relacionados (keywords): Los artículos que se publican en un blog suelen tener asociados los conceptos sobre los que trata dicho artículo. Por ejemplo, si un autor publica en un blog de cultura un artículo de opinión acerca del lanzamiento al mercado de un nuevo libro, los conceptos que podría definir serían: *estreno, lanzamiento, publicación*, el nombre del *autor*, el nombre de la *editorial*, etc. Esta labor de etiquetado es muy importante, ya que facilita

⁷² <https://www.facebook.com/>

⁷³ <https://x.com/?lang=es>

⁷⁴ <https://es.wikipedia.org/wiki/RSS>

que cualquier persona interesada en esos conceptos encuentre nuestro artículo, consiguiendo de esta manera más visitantes para nuestro blog.

Uno o varios autores: Los artículos que se publican en un blog pueden estar escritos por una sola persona (esto es lo habitual en los blogs personales o de opinión) o por varias (la redacción de un medio de prensa, con varios redactores, por ejemplo). Sea cual sea el número de personas que escriben en un blog, se debe procurar que las publicaciones tengan un marcado toque personal. A quienes leen blogs les gusta percibir cercanía y saber que pueden contactar con quien lo escribe.

2.4. ¿Por qué resultan tan interesantes los blogs?

Como se ha dicho anteriormente, un blog se asemeja a una página web donde se publica información de una determinada temática. Pero, entonces, ¿qué hace tan atractivos a los blogs respecto a otras webs?

La respuesta es, sin duda, **la cercanía y el contacto**. Tal y como se comenta en el artículo "[La cercanía como factor de éxito de un blog](http://www.enredandoporlared.com/la-cercania-como-factor-de-exito-en-un-blog)⁷⁵", lo que a menudo buscan los lectores de los blogs es entablar una conversación e incluso una relación "autor-lector" con la persona que está detrás de los contenidos de un blog.

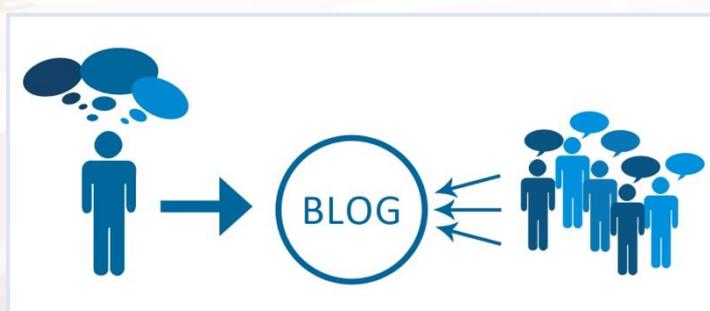


Imagen 40. Los blogs fomentan la conversación entre el autor y sus lectores.

Encontrar el tono adecuado según la temática del blog es un primer paso, pero el autor o autora debe ir un paso más allá e **involucrarse** con quienes leen sus publicaciones: consultar sus opiniones, responder a sus comentarios, recibir críticas, etc.

⁷⁵ <http://www.enredandoporlared.com/la-cercania-como-factor-de-exito-en-un-blog>

A menudo, la clave del éxito de un blog es que sus lectores perciban **transparencia y autenticidad** por parte del autor del blog.

2.5. ¿Por qué crear un blog?

Cuando una persona o un grupo de personas toman la decisión de crear un blog, ésta siempre viene motivada por la necesidad de alcanzar algún objetivo a través del uso de dicho blog. El objetivo puede ser muy ambicioso o puede ser muy modesto, dependerá de nosotros y nuestras inquietudes.

Algunos de los **objetivos** que habitualmente se buscan mediante el uso de un blog son los siguientes:

- Comunicar a todo el mundo nuestros pensamientos.
- Dar a conocer lo que hacemos (concepto de *marca personal*).
- Difundir las actividades que se realizan en nuestra localidad o pueblo.
- Escribir artículos sobre una cierta temática.
- Crear una comunidad de blogueros activos alrededor nuestro.
- Ponernos en contacto con otras personas que tengan aficiones comunes.
- Explicar qué hace nuestra empresa y mostrarnos más cercanos a nuestros clientes.
- Captar nuevos clientes y/o fidelizar los que ya tenemos.



Imagen 41. El éxito o fracaso de un blog depende en gran medida de la calidad de sus contenidos.

Una vez que tengamos claro el [motivo](#)⁷⁶ que nos lleva a crear un blog, será más sencillo decidir qué tipo de blog de todos los existentes es el que más se adecua a nuestro objetivo final. No obstante, hay **una regla de oro** que tenemos que tener siempre en cuenta, sea cual sea nuestro objetivo final.

Para que un blog resulte atractivo y capte la atención de la gente, es necesario alimentarlo constantemente de contenidos interesantes. O como dicen los expertos: “**el contenido es el Rey**”.

Un blog está concebido para mostrar nuevas publicaciones de manera regular y con relativa **frecuencia**. Si esto no ocurre, el interés que despierte en la gente irá disminuyendo por la falta de nuevos contenidos. Obviamente, esta regla es mucho más importante en el caso de los blogs con objetivos comerciales o empresariales que en los blogs personales, pero siempre es una recomendación a tener en cuenta.

2.6. Tipos de blogs

Como ya se ha comentado, en función de las motivaciones y los objetivos que se quieren conseguir a través de un blog, podemos distinguir los siguientes tipos de blogs:

Blogs personales: Es el tipo de blog más tradicional y habitual. Dentro de esta categoría podemos encontrar, desde blogs muy íntimos y modestos en los que lo único que busca su autor es contar sus pensamientos y sentimientos, hasta otros más ambiciosos en los que el autor utiliza su blog para promocionarse y mostrar sus conocimientos y habilidades.

Esto está muy relacionado con lo que se conoce como *marca personal*. Es un concepto muy extendido durante los últimos años y su objetivo principal es el de saber “vendernos” en Internet. Del mismo modo que las empresas cuentan con estudiadas estrategias que definen su presencia en Internet, cada persona tiene la posibilidad de definir su imagen en la Red en base a su blog personal, sus perfiles en redes sociales, su participación en foros, etc.

⁷⁶ <http://www.marketingguerrilla.es/111-razones-para-crear-un-blog/>

Esto es muy útil, sobre todo, para profesionales que están buscando empleo o que, simplemente, quieren promocionarse en Internet. En el artículo “[Guía para crear una marca personal](#)⁷⁷” pueden encontrarse consejos y recomendaciones muy útiles a la hora de planificar nuestra presencia en Internet.

Por lo general, los blogs personales no suelen alcanzar un gran número de seguidores. Es más, la mayoría de ellos no están pensados con ese objetivo. Pero se dan casos de blogs personales que llegan a tener una legión de seguidores, bien sea porque ya se trataba de una figura pública que da el salto a Internet, o bien porque son personas que gracias a su blog personal se han hecho muy populares en la Red. En el caso de estos últimos, se trata de personas cuya opinión llega a tener mucha relevancia y tiene mucha influencia sobre sus seguidores. Incluso existen listas de las personas más influyentes en Internet (se usa a menudo el término anglosajón *influencers*).

Blogs temáticos: Otro de los tipos de blog más habituales son los temáticos. Como es obvio, los contenidos que se publican en este tipo de blogs están centrados en un tema principal. Así pues, podemos encontrar blogs temáticos sobre cine, literatura, música, educación, moda, deportes, salud y bienestar, hobbies, etc.

Blogs de colectivos: También es frecuente encontrar blogs administrados por un colectivo de personas que comparten intereses o aficiones comunes. A este tipo de blogs pertenecen los clubes de lectura, los colegios y escuelas, las asociaciones de madres y padres, las cooperativas, las asociaciones culturales, las escuelas de adultos, etc. Todos ellos utilizan el blog para difundir las actividades de ese colectivo.

Además, es común que en este tipo de blogs sean sus propios usuarios los que, con un mínimo de orden y reglas establecidas previamente, escriban las publicaciones que en ellos aparecen. En este caso estaríamos hablando de los denominados *blogs inversa*.

⁷⁷ <https://victormartinp.com/marca-personal-paso-a-paso/>

Blogs de experiencias o vivencias: Como se ha mencionado anteriormente, es muy común referirse a los blogs como *cuadernos de bitácoras*. Este término tiene aún más sentido en el caso de los blogs que narran una determinada experiencia de su autor: una persona que inicia un largo viaje por distintos lugares, alguien que se va a vivir durante una temporada al extranjero, una persona que se va de voluntaria al tercer mundo por una temporada, una expedición de montañeros que emprende una misión, etc.

Blogs empresariales y corporativos: Todos los tipos de blogs que se han nombrado hasta ahora tienen en común una cosa: sus artículos están escritos y publicados por una determinada persona y la opinión que en ellos se vierte es, por lo tanto, a título personal.

Pero también existen blogs que son gestionados por empresas, instituciones, fundaciones y cualquier otro tipo de entidad, tanto privadas como públicas. Es sobre todo en el sector privado donde las empresas han encontrado en los blogs una potentísima herramienta que les ayuda a conseguir objetivos tan importantes como:

Lograr más visibilidad: Una empresa que publica contenidos interesantes en su blog tiene más opciones de encontrar nuevos clientes, ya que, con mucha probabilidad, esos contenidos serán compartidos por sus lectores a otras personas a través del correo electrónico, en redes sociales, etc.

Lograr un buen posicionamiento: Los blogs suelen gozar de un buen posicionamiento en los buscadores de Internet ([Google](https://www.google.es/)⁷⁸, principalmente). Es decir, es más probable que un potencial cliente encuentre tu empresa a través de un artículo que haya sido publicado en un blog, ya que los buscadores indexan los contenidos de los blogs en posiciones muy altas. Esto está relacionado con los conceptos de *posicionamiento web* y *SEO*. Puedes consultar más información sobre este tema en la guía "[Guía SEO para principiantes](https://miposicionamientoweb.es/guia-seo-para-principiantes/)"⁷⁹.

⁷⁸ <https://www.google.es/>

⁷⁹ <https://miposicionamientoweb.es/guia-seo-para-principiantes/>

También es interesante la infografía “[el puzle SEO](#)⁸⁰”, en la que se explica de manera gráfica cuáles son los principales factores a tener en cuenta a la hora de gestionar el SEO de una empresa.

Mejorar su reputación: Un blog puede ayudar a que se perciba una buena imagen de esa empresa, por lo que se mejora la reputación que de ella se tiene.

Conocer mejor a sus clientes: Los blogs están concebidos con la intención de provocar la conversación entre los autores de dicho blog y sus lectores. Es por ello que son una herramienta perfecta a la hora de recoger y valorar la opinión de los clientes de una empresa. Los blogs permiten conocer mejor a tus clientes y sus necesidades.

Fidelizar a sus clientes: La consecuencia lógica de los dos apartados anteriores es, con frecuencia, que la empresa logra fidelizar a sus clientes. Es decir, esos clientes se sienten orgullosos de serlo y además lo comunican a sus contactos. Esto lo que se conoce como *engagement*, o grado en el que un consumidor interactúa con tu marca.

Involucrar a la compañía: Cuando hablamos de [blogs corporativos](#)⁸¹, ya sean públicos (accesibles para todo el mundo) o privados (visibles solamente para los empleados de la compañía), con frecuencia nos referimos a blogs en los que participan muchos empleados publicando temas de interés relacionados con la compañía en la que trabajan. Esto fomenta que los trabajadores y trabajadoras se involucren de manera activa en la estrategia de la empresa.

Todos estos objetivos, relacionados principalmente con el marketing de una empresa, tienen en común la siguiente premisa: “en Internet, el contenido es el Rey”. Este es el lema del *marketing de contenidos*.

⁸⁰ http://alfredovela.files.wordpress.com/2013/07/infografia_el_puzzle_del_seo.jpg

⁸¹ <https://rockcontent.com/es/blog/ventajas-de-un-blog/>

Lo que este concepto viene a decir es que de nada sirve que nuestra empresa tenga una web muy potente, un blog propio, perfil en diversas redes sociales (Facebook, X, etc.), etc., si el contenido que se publica en todos estos sitios no es de calidad. Puedes consultar más información sobre este tema en el artículo [“¿Qué es el marketing de contenidos?”](#)⁸².

Según el formato de sus publicaciones: Existe un tipo de blogs que podemos llamar “especiales” en los cuales solo se publican contenidos con un determinado formato. Por ejemplo, existen blogs en los que solo se publican fotografías (*Fotologs*), solo se publican vídeos (*videoblogs*), solo se publican piezas de audio (*audiologs*), etc. Puedes consultar estos tipos de blogs en el artículo [“Características de blogs”](#)⁸³.

Microblogs: Cuando usamos el término *microblogging* nos referimos a aquellos blogs cuya característica principal es que solo permiten publicar mensajes muy breves, como si tratara de teletipos. Dependiendo del blog, estos mensajes pueden contener texto (hasta 140 caracteres), fotos, vídeos, enlaces, citas, etc.

En este apartado, merece especial mención el microblog X (antes [Twitter](#))⁸⁴. Esta web cuenta en 2022 con 350 millones de usuarios activos [según Statista](#)⁸⁵ repartidos por todo el mundo. Recientemente, se valoró la plataforma en 44.000 millones de dólares, cuando [Elon Musk](#)⁸⁶ hizo una oferta de compra por esa cantidad.

La red social se caracteriza por su brevedad y la rapidez para compartir y “viralizar” contenidos, que tienden a tener un impacto poco mantenido en el tiempo. Las publicaciones, llamadas tweets, tienen un límite de 280 caracteres, a los que se pueden añadir imágenes o vídeos.

⁸² <https://incenta.com/blog/marketing-de-contenidos>

⁸³ http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/caracteristicas_de_los_blogs.html

⁸⁴ <https://x.com/?lang=es>

⁸⁵ <https://es.statista.com/estadisticas/636174/numero-de-usuarios-mensuales-activos-de-twitter-en-el-mundo/>

⁸⁶ <https://www.20minutos.es/tecnologia/twitter-acepta-oferta-compra-elon-musk-44000-millones-dolares-5066204/>

En su plataforma se encuentran contenidos de prácticamente cualquier ámbito, desde literatura, política o ciencias hasta recetas de cocina. Puedes leer más sobre el funcionamiento de X (Twitter) en el artículo “[¿Qué es X \(Twitter\) y para qué sirve?](#)”⁸⁷.

⁸⁷ <https://josefacchin.com/que-es-twitter-como-funciona/>

03. La expansión de los blogs: la blogosfera

3.1. La blogosfera en cifras

La evolución de los blogs y su expansión por todo el mundo ha sido espectacular durante los últimos 7-8 años. Para darse cuenta de ello, basta con saber que se estima que en el año 2006 existían cerca de 50 millones de blogs⁸⁸ en todo el mundo, que esa cifra era de 133 millones⁸⁹ en 2008 y que en 2021 existen unos 600 millones de bitácoras y se crean más de 7.500.000 publicaciones diarias.⁹⁰



Imagen 42. La blogosfera la conforman todo el ecosistema de blogs y personas que los utilizan.

A todo el conjunto de blogs existentes en el mundo se le denomina popularmente **blogosfera**, en clara alusión a otros términos de alcance mundial (como biosfera, estratosfera, etc.) e incluyendo la palabra *blog*. Cuando queremos referimos a los blogs que tienen origen en un determinado territorio geográfico podemos especificarlo diciendo la *blogosfera española*, la *blogosfera aragonesa*, etc.

A pesar de las impresionantes cifras antes señaladas este no es precisamente el momento de mayor auge que ha vivido la blogosfera: hay menos blogs y bloggers pero más estables.

⁸⁸ <https://www.elmundo.es/navegante/2006/08/09/tecnologia/1155122362.html>

⁸⁹ <https://www.silicon.es/133-millones-de-blogs-en-el-mundo-segun-technorati-103696>

⁹⁰ <https://www.websiterating.com/es/research/internet-statistics-facts/#chapter-3>

Una muestra de ese descenso es que el evento más importante en habla hispana sobre blogs y web social, el **EBE**⁹¹ (**Evento Blog España**) ha dejado de celebrarse. Era una cita anual a la que acudían expertos y reputados profesionales de todo el mundo para impartir conferencias, coordinar talleres prácticos y participar en debates. La sede de los últimos años fue el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla.



Imagen 43. Edición EBE 2017.

3.2. La influencia de los bloggers

Cuando un blog acumula una gran multitud de seguidores, quien lo escribe se convierte en toda una personalidad en Internet y su opinión se considera relevante y muy influyente entre sus lectores y la comunidad digital en general. De ahí el término inglés **influencer** (*influyente*, en castellano). Se puede decir que son muchos los *bloggers* (*blogueros*, es castellano) pero pocos los que llegan a ser verdaderos *influencers*.

Es tal el reconocimiento que algunas personas consiguen a través de su blog, que en el año 2011 se dio el caso de que la prestigiosa revista Time⁹² consideró que un bloguero egipcio (Wael Ghonim) era la persona más influyente del mundo⁹³.

⁹¹ https://www.facebook.com/eventoblog/about?locale=es_ES

⁹² <https://www.time.com/time/>

⁹³ <https://www.publico.es/internacional/372481/un-bloguero-la-persona-mas-influyente-del-mundo-para-time.html>

Un bloguero, la persona más influyente del mundo para Time

El activista egipcio Wael Ghonim copa la lista de personajes influyentes de la revista estadounidense

EFE | Nueva York | 21/04/2011 20:20 | Actualizado: 21/04/2011 20:55

Me gusta 0

16 Comentarios

★★★★★

Media: 2.5

Votos: 4

8+1 0

f i t e

ANUNCIOS GOOGLE

El Ártico se derrite

Firma ahora. Pide que el Polo Norte sea declarado santuario global. greenpeace.org/el-artico-se-derrite

La persona más influyente del mundo, según la revista Time, es un **bloguero egipcio**, seguido de un amplio abanico de personajes en el que **cada vez hay menos políticos y más artistas, estrellas y emprendedores**, sobre todo del ámbito tecnológico.



Como era de esperar, y pese a que los lectores de la publicación no opinan lo mismo, la lista difundida hoy por Time de [las cien personas más influyentes](#)

está liderada por uno de los protagonistas más mediáticos de las revueltas populares vividas en los últimos meses en el mundo árabe: **el bloguero Wael Ghonim**.

Imagen 44. El bloguero egipcio Wael Ghonim persona más influyente del año 2012 para Time.

A un nivel más doméstico, puedes consultar [“Los 50 influencers más importantes de España en 2024”⁹⁴](#). En las primeras 5 posiciones aparecen las siguientes personas:

1. Marta Díaz, influencer de moda.
2. María Pombo, creadora de contenido de moda y viajes.
3. Georgina Rodríguez, empresaria.
4. Ibai Llanos, streamer, presentador y narrador español.
5. Aida Domenech (Dulceida), influencer y bloguera de moda.

⁹⁴ <https://fundacionmarquesdeoliva.com/estudio-de-los-500-espanoles-mas-influyentes-de-2024/influencers/>

En el primer capítulo de esta guía se han mostrado los blogs de algunas personas influyentes en Internet.

Por último, indicar que es muy frecuente que cada país organice y conceda sus propios premios y galardones con el objetivo de reconocer a los **mejores blogs**. Por lo general, estos premios se suelen dividir en categorías o temáticas. Además, suele haber premios especiales que se deciden por los votos del público.

Un galardón que goza de cierta popularidad son los premios [20Blogs](#)⁹⁵, otorgados por el diario gratuito [20 Minutos](#)⁹⁶. Este premio va ya por su séptima edición.

También existen premios dedicados específicamente a una **categoría o tema concreto**. Es el caso de los [Premios Espiral](#)⁹⁷ que, están dirigidos a blogs cuya temática principal es la educación.

3.3. Los blogs como herramienta estratégica para las empresas

Existen numerosos estudios y análisis que demuestran que las empresas obtienen muchísimos beneficios gracias al uso de blogs. Algunos de los más importantes son los siguientes:

Un blog es una herramienta perfecta para **mejorar la comunicación interna** de la empresa. Son los propios empleados los que informan al resto de la plantilla de temas importantes para toda la empresa.

Un blog ofrece **un tono más cercano y más cálido** (más “humano”, en definitiva) que la típica web comercial, cuyo objetivo principal es vender los productos y servicios que ofrece esa empresa.

⁹⁵ <http://lablogoteca.20minutos.es/premios-20blogs/>

⁹⁶ <https://www.20minutos.es/>

⁹⁷ <https://premioespiral.org/>

Un blog resulta más creíble. Al estar redactados de una manera más personal, los artículos de los blogs resultan más sinceros.

La suma de los dos puntos anteriores da como resultado una **mejora de la imagen de marca**.

Una estrategia de contenidos interesantes en un blog puede **atraer más visitas** a la página web comercial.

Fomenta la conversación entre la empresa y los lectores del blog. Por lo que, a través de un blog, una empresa puede **conocer mejor**, tanto a sus clientes, como a sus propios trabajadores.

En el artículo “[Razones para lanzar un blog corporativo](#)⁹⁸” podrás encontrar muchas más ventajas del uso de blogs en las empresas. A partir de las ventajas nombradas en el párrafo anterior, podemos deducir que los blogs corporativos pueden clasificarse en dos grandes tipos: los **internos** y los **externos**.

Los blogs **externos** estarían dirigidos a clientes, empresas proveedoras, competidoras, etc. y tienen los objetivos de estrechar la relación con todos ellos, mejorar la imagen de marca de la empresa, contar de manera informal a qué se dedica la empresa cada día, etc.

Por su parte, los blogs corporativos **internos**, generalmente son accesibles solo para los empleados de la empresa y tienen como objetivos principales crear un canal de comunicación interno y mejorar la sensación de pertenencia a la empresa de sus empleados.

En el primer capítulo de este manual se han mostrado algunos ejemplos de **blogs corporativos excelentes**.

⁹⁸ <http://www.sergiomonge.com/servicios/lanzamiento-blog-corporativo/razones>

04. Pasos a seguir para tener nuestro propio blog (actividad práctica)

4.1. ¿Por dónde empezar?

Antes de crear nuestro propio blog, tenemos que tener claras un conjunto de **cuestiones básicas**:

¿Cuál es el objetivo del blog?

¿A quién van dirigidos sus contenidos?

¿Qué temática o temáticas van a ser tratadas en él?

¿Por cuántas personas va a ser administrado?

¿Cuánto tiempo le vamos a poder dedicar?

La primera pregunta que debemos hacernos es la más importante de todas: ¿con qué objetivo vamos a crear nuestro blog? El objetivo puede ser tan **modesto** como simplemente expresar nuestras reflexiones personales, escribir pequeños relatos o cuentos, publicar poemas, colgar las fotografías de nuestros viajes, etc. Pero también podemos ir más allá y crear nuestro blog con objetivos **más ambiciosos**, como por ejemplo mostrar nuestro trabajo (manualidades, artesanía, pintura, etc.) con la idea de encontrar posibles clientes.

Una vez que el objetivo del blog esté bien definido, tendremos más claro a qué **público** nos dirigimos y cuáles son las **temáticas** que se van a tratar en él.

Otra cuestión importante es cuántas personas van a dedicarse a **administrar el blog** y a publicar sus contenidos. Dependiendo de la respuesta, podremos hacer una estimación más exacta del tiempo que podremos dedicarle.

4.2. Blogs gratuitos y blogs de pago

Teniendo en cuenta todas las cuestiones recogidas en el apartado anterior, la siguiente decisión a tomar es si nos decantamos por un **blog de pago o uno gratuito**. Antes de nada, es necesario aclarar que cualquiera de las dos opciones es válida mientras los contenidos que se publiquen en él sean interesantes y tengan la difusión adecuada.

Las principales **diferencias** entre ambos son las siguientes:

Económica: La primera diferencia es obvia, una opción es totalmente gratuita, mientras que la otra conlleva algunos gastos derivados de la compra de un [dominio en Internet](#)⁹⁹, el [alojamiento web](#)¹⁰⁰ (también llamado *hosting*) y la cuota periódica que tendremos que abonar al [CMS](#)¹⁰¹ que hayamos escogido.

Dominio propio: El dominio de un sitio web es la dirección que escribimos en el navegador para acceder a él. Por ejemplo, el dominio del sitio web del [Gobierno de Aragón](#)¹⁰². Si optamos por tener un blog de pago, podremos elegir el dominio de nuestro blog a nuestro gusto (siempre y cuando esté libre y nadie lo haya comprado antes). Por ejemplo, si me llamo Juan Pérez y quiero crear mi blog personal, podría llamarlo *www.lascosasdejuanperez.com*. Sin embargo, si nos decantamos por un blog gratuito, no podremos personalizar su dominio al 100%, sino que será algo parecido a esto: *http:*

//lascosasdejuan.wordpress.com, http://lascosasdejuan.blogspot.com, etc. El final del dominio dependerá de la herramienta que hayamos escogido.

Dificultad técnica: Es más fácil gestionar un blog gratuito que uno de pago ya que toda la gestión del mismo y la publicación de contenidos se hace a través de una dirección web, de manera rápida y sencilla. Un blog de pago, sin embargo, requiere de unos conocimientos técnicos mínimos (instalar un [FTP](#)¹⁰³, subir sus contenidos al servidor, etc.).

⁹⁹ https://es.wikipedia.org/wiki/Dominio_de_Internet

¹⁰⁰ https://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento_web

¹⁰¹ https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_contenidos

¹⁰² <https://www.aragon.es/inicio>

¹⁰³ https://es.wikipedia.org/wiki/File_Transfer_Protocol

Herramientas profesionales: Si optamos por tener un blog de pago, dispondremos de potentes herramientas que nos ayuden a optimizar nuestro posicionamiento en buscadores ([SEO](#)¹⁰⁴), a integrarlo con redes sociales, a personalizar sus secciones, etc.



Imagen 45. En los blogs de pago encontraremos herramientas y complementos muy potentes.

La conclusión de todo ello es clara: si disponemos de los **medios económicos y los conocimientos** necesarios, la opción de un blog de pago es sin duda la mejor, ya que conseguiremos que nuestro blog tenga herramientas más potentes a la hora de administrar y difundir sus contenidos. Si por contra, carecemos de alguno de estos dos requisitos o, simplemente, nuestro objetivo es más modesto, la opción del **blog gratuito** es perfectamente válida.

4.3. Elegir la herramienta adecuada

A la hora de escoger **la herramienta más adecuada** para crear nuestro blog, tenemos que tener en cuenta cuáles son las opciones de las que disponemos. Aunque existen bastantes herramientas que permiten crear y gestionar blogs ([Plone](#)¹⁰⁵, [Joomla](#)¹⁰⁶, [Drupal](#)¹⁰⁷, [Blogger](#)¹⁰⁸, [Wordpress](#)¹⁰⁹, [Medium](#)¹¹⁰, etc.), actualmente son dos las opciones más interesantes: **Blogger y WordPress**.

¹⁰⁴ <https://miposicionamientoweb.es/guia-seo-para-principiantes/>

¹⁰⁵ <http://plone.org/>

¹⁰⁶ <http://www.joomla.org/>

¹⁰⁷ <https://asociaciondrupal.es/>

¹⁰⁸ <https://www.blogger.com/about/?bpli=1>

¹⁰⁹ <http://es.wordpress.com/>

¹¹⁰ <https://medium.com/>



Imagen 46. WordPress y Blogger son los dos gestores de blogs más usados en todo el mundo.

Blogger es una herramienta que permite crear, publicar y gestionar blogs en Internet. En 2003 fue adquirida por [Google](#)¹¹¹ y actualmente es una herramienta muy potente. Al igual que el resto de servicios de Google ([Gmail](#)¹¹², [Google Calendar](#)¹¹³, [Google Drive](#)¹¹⁴, [YouTube](#)¹¹⁵, etc.) se accede a las funcionalidades de Blogger a través de una [Cuenta de Google](#)¹¹⁶.

La ventaja de los blogs creados en Blogger es que es posible **integrarlos con otros servicios de Google** que pueden ayudarnos a la hora de promocionar/posicionar un blog y a analizar su tráfico web: [Google](#)¹¹⁷, [Google AdSense](#)¹¹⁸, etc.

WordPress, por su parte, se ha convertido en los últimos años en la **herramienta preferida** para la gran mayoría de los blogueros. Existen numerosos artículos en los que se realizan [comparativas entre WordPress y Blogger](#)¹¹⁹, pero en general, está bastante extendida la idea de que a día de hoy, **WordPress puede ser la opción más interesante**.

¹¹¹ <https://www.google.es/>

¹¹² <https://www.google.com/intl/es/gmail/about/>

¹¹³ <https://calendar.google.com/calendar/>

¹¹⁴ <http://www.google.com/drive>

¹¹⁵ <http://www.youtube.com/>

¹¹⁶ <https://accounts.google.com/Login?hl=ES%E2%80%8E>

¹¹⁷ <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>

¹¹⁸ <https://www.google.com/adsense>

¹¹⁹ <https://www.ciudadano2cero.com/diferencias-wordpress-blogger/>

Las principales **ventajas** que ofrece WordPress respecto a otros CMS son estas:

- Es muy fácil de usar.
- Dispone de muchísimos temas que puedes usar gratuitamente para personalizar la apariencia de tu blog.
- Dispone de una gran comunidad de desarrolladores web que comparten extensiones/complementos (plugin)¹²⁰.
- Estos plugin son generalmente gratuitos y nos permiten realizar muchísimas funcionalidades: crear calendarios, compartir nuestras publicaciones en redes sociales, cambiar el idioma de nuestro blog, etc.
- Dispone de multitud de herramientas que ayudan a posicionar los blogs, consiguiendo de este modo captar más visitantes.
- No es necesario de disponer de conocimientos informáticos avanzados.

Para la elaboración de este manual, nos hemos centrado en la herramienta WordPress.

4.4. Crear mi propio blog

En la parte final de este manual vamos a realizar una actividad práctica en la que crearemos nuestro propio blog. La idea es que el blog sea creado entre todas las personas que asisten a este taller y todas colaboren en publicar entradas en él.

Para crear un blog gratuito en WordPress, lo primero que debemos hacer es acceder a esta dirección¹²¹. Nada más entrar en su página, accederemos a un formulario en el que tendremos que indicar: nuestro correo electrónico, un nombre de usuario y una contraseña para nuestro blog.

¹²⁰ [https://es.wikipedia.org/wiki/Complemento_\(inform%C3%A1tica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Complemento_(inform%C3%A1tica))

¹²¹ <https://es.wordpress.com/>

Empecemos

Primero, crea tu cuenta de WordPress.com. ¿Tienes una cuenta? [Acceder](#)

Tu dirección de correo electrónico

mayoresticaragon@gmail.com

Nombre de usuario

mayoresticaragon

Selecciona una contraseña

.....

Al crear una cuenta, aceptas nuestras [condiciones del servicio](#).

Crear tu cuenta



Continuar con Google



Continuar con Apple

Si continúas con Google o Apple y aún no tienes ninguna cuenta de WordPress.com, crearás una cuenta, lo que significa que aceptas nuestras [condiciones del servicio](#).

Imagen 47. Paso 1 para dar de alta una cuenta en WordPress.

Una vez creada la cuenta se elige el dominio personalizado o la cuenta gratuita con dominio de Wordpress (tublog.wordpress.com):

WordPress logo < Volver a Mis sitios web Paso 2 de 3

Elige un dominio

Introduce el nombre de tu sitio o algunas palabras clave que lo describan para empezar

mayoresticaragon

Filtrar

mayoresticaragon.com	Recomendado	Elegir
mayoresticaragon.blog	Mejor alternativa	Elegir
mayoresticaragon.wordpress.com	Gratis	Elegir
mayoresticaragon.org	Gratis durante el primer año €18/año	Elegir

Registra un dominio **gratis** durante un año con cualquier plan de pago anual.

Si necesitas más tiempo para elegir tu dominio, compra tu plan en el siguiente paso y registra gratis tu dominio cuando quieras.

[Ver planes](#)

¿Ya tienes un dominio?

Conecta un dominio que hayas adquirido en otro lugar con tu sitio de WordPress.com a través de una asignación o una transferencia de dominio.

[Usar un dominio que ya tengo](#)

Imagen 48. Elección del dominio del Blog de WordPress.

El siguiente paso es la elección del plan. WordPress permite adquirir diferentes versiones **Premium** mediante el pago de una cuota o una versión gratuita. Puedes consultar las funcionalidades extra de la versión *Premium* en el [gráfico de comparación de planes](#)¹²²:

Elige un plan

Elige el que mejor se adapte a ti y accede a funciones que te ayudarán a crecer. O **empieza con un sitio gratuito.**

Paga mensualmente Paga anualmente

Personal	Popular Premium	Business	eCommerce
€4 ^{al mes} se factura como €48 al año	€8 ^{al mes} se factura como €96 al año	€25 ^{al mes} se factura como €300 al año	€45 ^{al mes} se factura como €540 al año
Con el pago anual te ahorras 43%.	Con el pago anual te ahorras 43%.	Con el pago anual te ahorras 24%.	Con el pago anual te ahorras 24%.
Elegir	Elegir	Elegir	Elegir
<ul style="list-style-type: none">✓ Un dominio gratuito durante el primer año✓ El mejor alojamiento disponible✓ Elimina los anuncios de WordPress.com	<ul style="list-style-type: none">✓ Un dominio gratuito durante el primer año✓ El mejor alojamiento disponible✓ Elimina los anuncios de WordPress.com	<ul style="list-style-type: none">✓ Un dominio gratuito durante el primer año✓ El mejor alojamiento disponible✓ Elimina los anuncios de WordPress.com	<ul style="list-style-type: none">✓ Un dominio gratuito durante el primer año✓ El mejor alojamiento disponible✓ Elimina los anuncios de WordPress.com

Imagen 49. Opciones de pago de WordPress.

Ya tenemos configurada la cuenta de nuestro blog. Ahora, desde el panel de administración del mismo, seleccionamos en el menú izquierdo “Página de inicio”. Ahora, vamos completando los siguientes pasos que nos sugiere el propio servicio para terminar de configurar el sitio web:

- Pon un nombre a tu sitio.
- Actualiza tu página de inicio.
- Confirma tu dirección de correo electrónico.
- Personaliza el menú de tu sitio.
- Prueba la aplicación de WordPress.
- Haz tu sitio público para todo el mundo.

¹²² <https://wordpress.com/es/pricing>

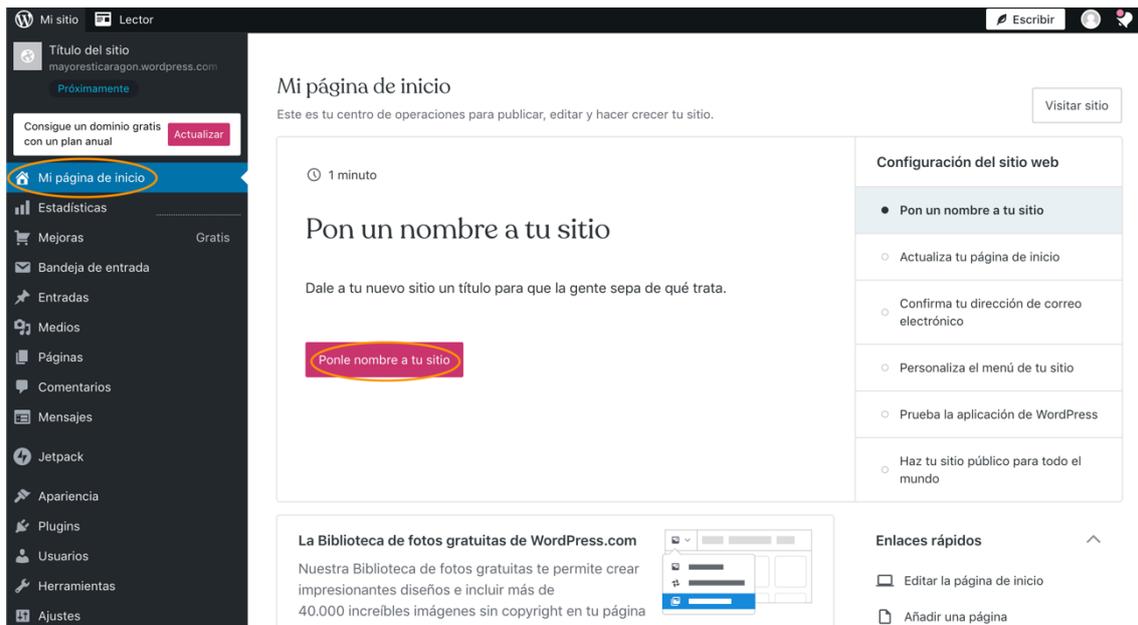


Imagen 50. Configuración del sitio web.

Además, tendremos que acceder a la bandeja de entrada de nuestro correo electrónico y comprobar que nos ha llegado un mensaje como este:

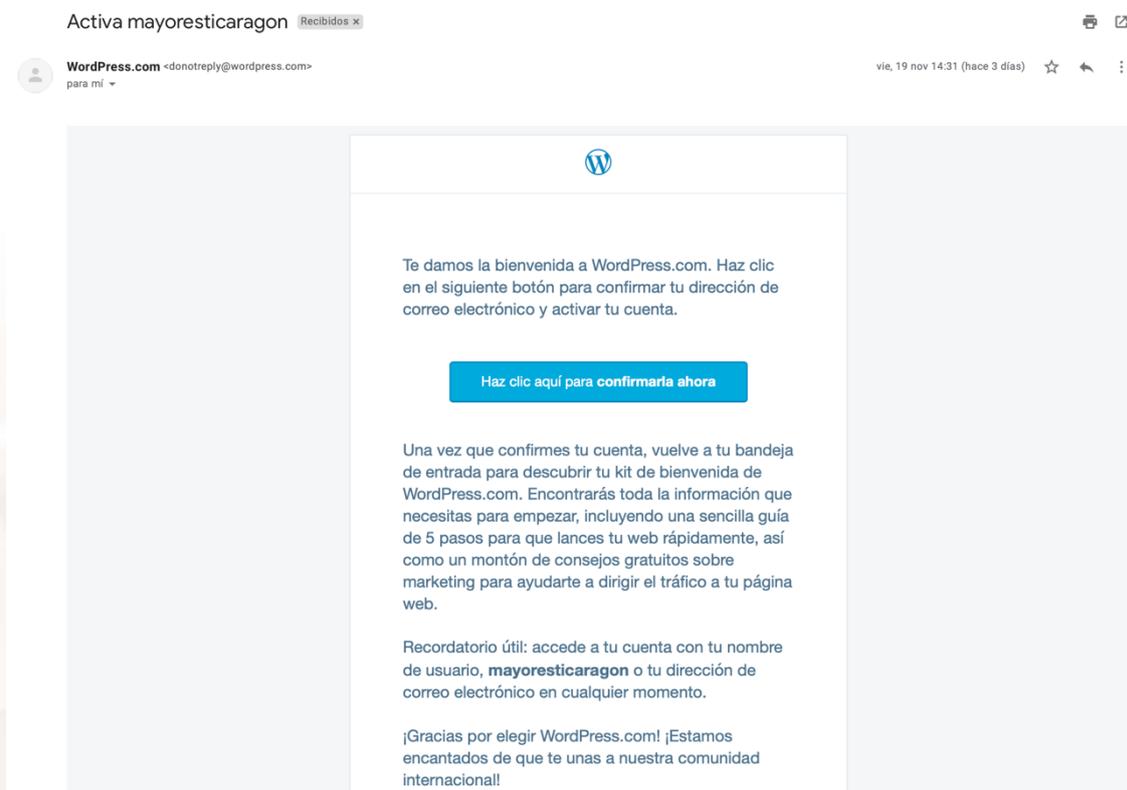


Imagen 51. Confirmar cuenta de WordPress.

Pulsaremos en el botón azul con el texto “Haz clic aquí para confirmarla ahora” y completaremos los pasos recomendados por los que la interfaz de WordPress nos guiará paso a paso.

Si todo ha ido bien, cuando los terminemos y demos a guardar nos saldrá en pantalla un mensaje como el siguiente:

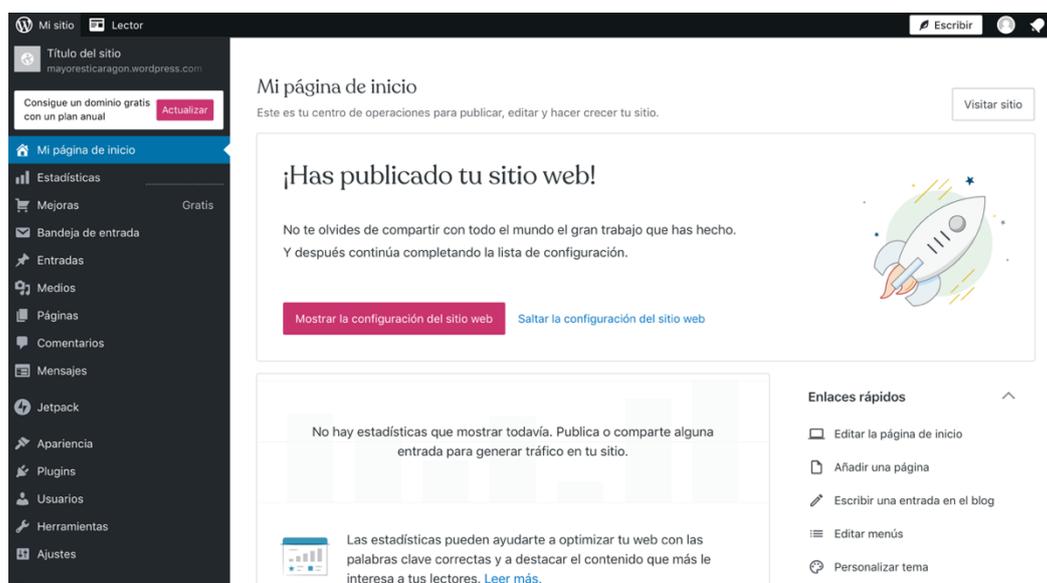


Imagen 52. Cuenta de WordPress finalizada y blog publicado.

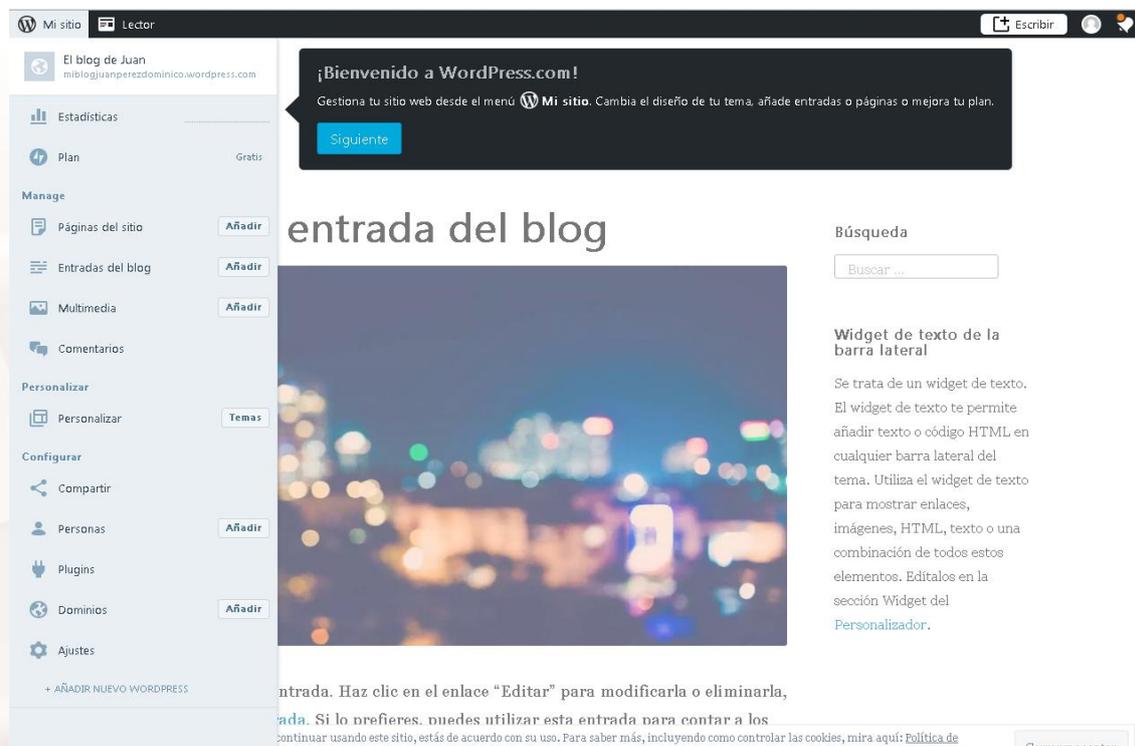


Imagen 53. Vista previa del nuevo blog creado en WordPress.

Conectar el blog con las redes sociales

En el margen izquierdo, en el apartado “compartir”, si disponemos de cuenta en redes sociales como Facebook o X (Twitter) (entre otras), WordPress nos da la posibilidad de conectar nuestro blog a estas redes sociales para que salga publicado en ellas automáticamente todos los artículos que escribamos en nuestro blog.

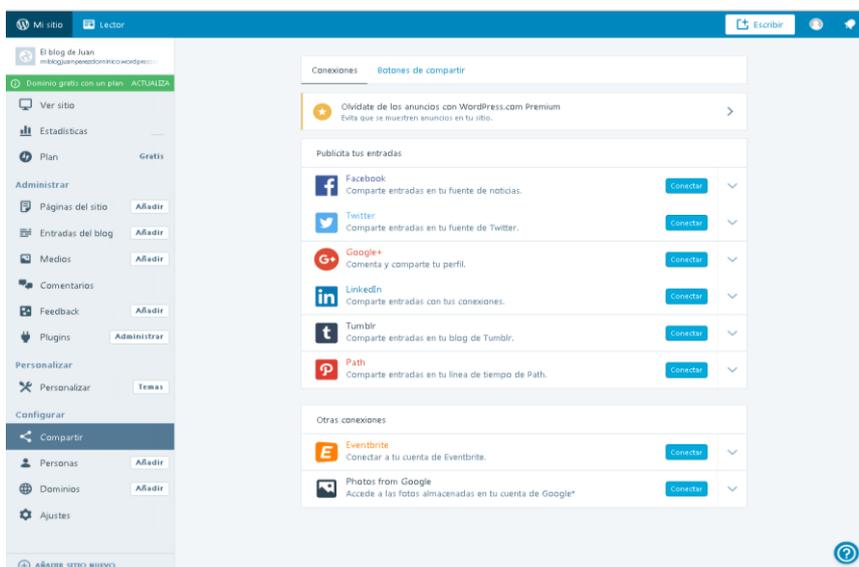


Imagen 54. Conectar el blog con las redes sociales.

Creación de la primera entrada del blog

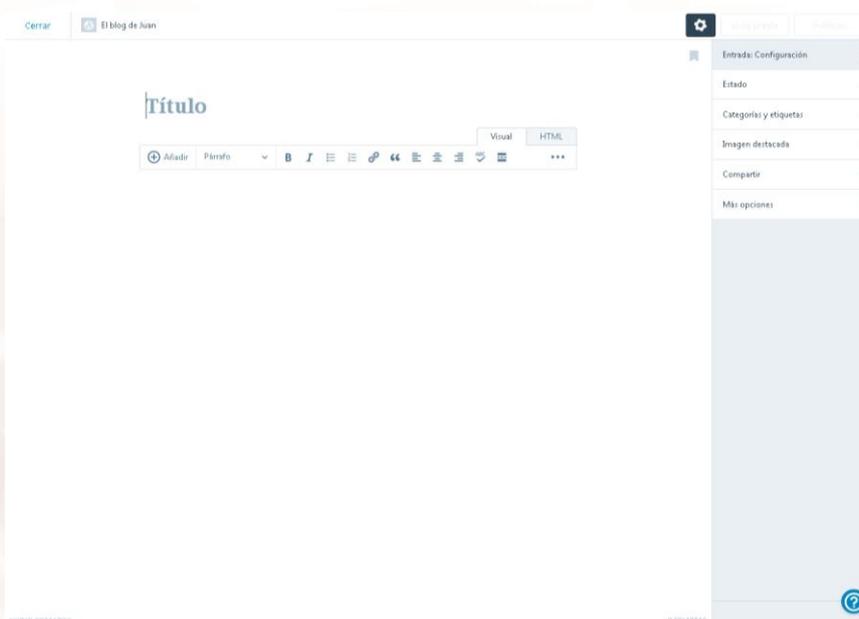


Imagen 55. Primera entrada del blog.

En el apartado “Entradas del blog” podemos crear la primera entrada de nuestro blog. Como vemos en la imagen, tenemos la posibilidad de que la entrada incluya texto, fotos, vídeos, citas o enlaces a otros sitios web.

En el siguiente apartado se explica detalladamente cómo es el proceso de redacción de nuestra primera entrada en el blog.

4.5. Escribir mi primera publicación

Esta es la pantalla de creación de nuestra **primera entrada** en el blog:

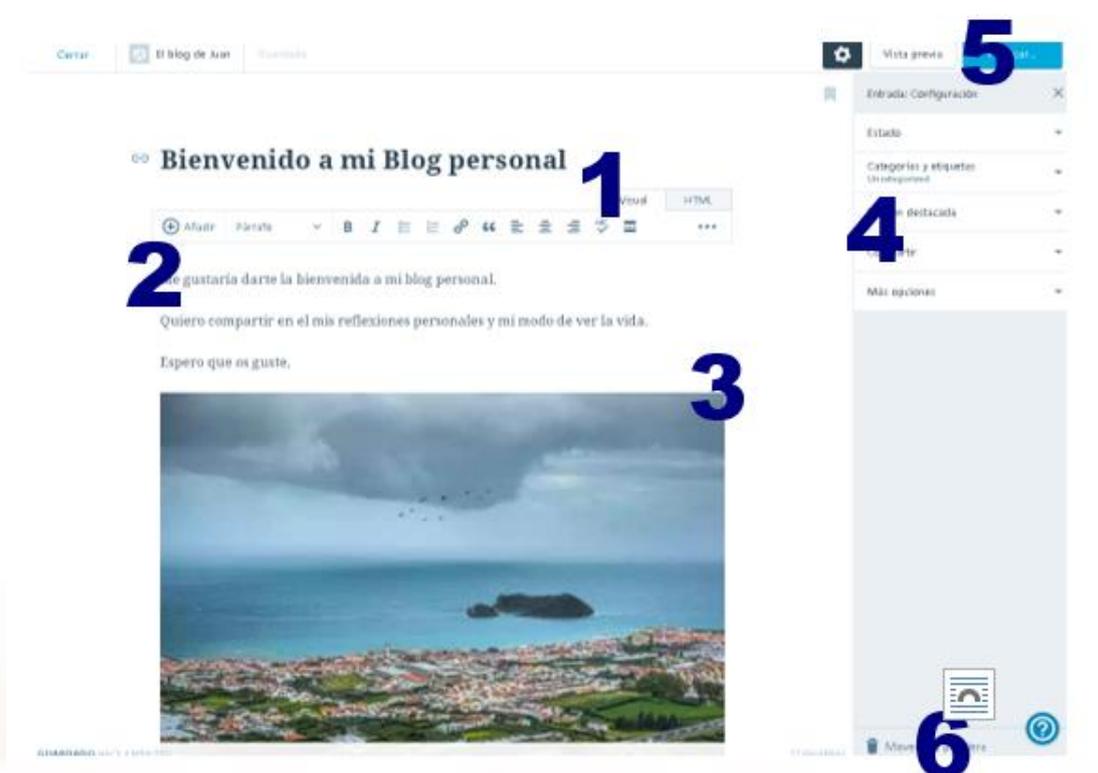


Imagen 56. Pantalla de creación de la primera entrada al blog.

Vamos a explicar brevemente cada una de las **zonas** de esta pantalla:

Lo primero de todo es definir un **título** para nuestra entrada.

Tenemos la opción de que la entrada incluya una **foto**. Para ello debemos pulsar en el botón “Añadir”.

La zona nº 3 es el **editor de texto**. En él es donde escribimos el texto de la entrada y le damos el formato que queramos: negritas, cursivas, tamaños distintos, etc.

Podemos **etiquetar nuestra entrada** con palabras clave (tags). Estas etiquetas facilitarán que cualquier persona pueda encontrar nuestro blog en los buscadores de Internet, como Google, por ejemplo.

En el margen derecho de la pantalla tenemos varias opciones:

Vista previa: podemos ver cómo quedará la entrada antes de publicarla usando esta opción.

Publicar la entrada: una vez que tengamos claro que hemos terminado de redactar los contenidos de la entrada, pulsaremos este botón.

En la zona inferior derecha tenemos la opción de “Mover a la papelera” para descartar la entrada.

Ya hemos finalizado la publicación de nuestra primera entrada en un blog creado con WordPress. Esta es su apariencia final:



Imagen 57. Vista previa de la publicación del blog.

05. Actividades prácticas

Además del capítulo anterior, en el que te proponemos **la creación de un blog desde cero**, en este último capítulo del manual te sugerimos una serie de actividades prácticas que te pueden ayudar a consolidar algunos de los conceptos más importantes explicados a lo largo del manual. ¡Recuerda que cuanto más practiques, más aprenderás!

5.1. Conceptos básicos

1) Diferencias entre un blog y cualquier otra web

Introducción

Los blogs poseen unas determinadas características que los distinguen de la mayoría de sitios web que solemos visitar en Internet.

Ejercicio práctico

Una vez leída la guía de este taller, ¿sabrías decir cuáles son las principales características de los blogs y las diferencias que estos tienen respecto a otras páginas web?

Si tienes dudas, puedes consultar los capítulos 2.2 y 2.3 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

2) Tipos de blogs

Introducción

Aunque todos los blogs poseen unas características muy similares, lo cierto es que existen muchos tipos diferentes de blogs dependiendo de su temática.

Ejercicio práctico

Una vez leída la guía de este taller, ¿sabrías nombrar cuatro tipos distintos de blogs y cuáles son las más habituales?

Si tienes dudas, puedes consultar el capítulo 2.6 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

3) Tipos de blogs (II)

Introducción

No existe un blog mejor que otro, ya que esta es una percepción muy subjetiva y dependerá de los gustos y los intereses de cada persona. Habrá personas interesadas en blogs de política, otras en blogs de economía y otras en blogs de cultura, por ejemplo.

Ejercicio práctico

Piensa un par de temáticas que sean de tu interés (literatura, pintura, deportes, etc.) y busca en Internet al menos dos blogs interesantes pertenecientes a dichas temáticas.

Para inspirarte, puedes consultar el capítulo 1.2 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

5.2. La expansión de los blogs

1) Consulta el listado de los mejores blogs del año

Introducción

Una buena manera de coger ideas e inspirarse a la hora de crear tu propio blog es fijarse en cómo lo hacen los demás. Sobre todo, si se trata de blogs reconocidos. Anualmente, el Premio Bitácoras se encarga de reconocer a los mejores blogs de nuestro país en diversas categorías.

Ejercicio práctico

Busca en Internet el último palmarés del Premio Bitácoras y visita algunos de los blogs que resultaron ganadores en las categorías que más te interesen (Salud, Cine, Educación, Viajes, etc.).

Si tienes dudas, puedes consultar el capítulo 3.2 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

2) Visita el blog de algunos de los *bloggers* más influyentes

Introducción

La guía del taller explica que, en ocasiones, algunos *bloggers* (personas que escriben en su blog personal) obtienen mucha importancia en la Red y su opinión es muy influyente para muchos seguidores.

Ejercicio práctico

La guía nombra a algunos de estos influyentes bloggers. Consulta el blog de algunos de ellos o el de cualquier otro que no aparezca en la guía.

Si tienes dudas, puedes consultar los capítulos 1.1 y 3.2 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

06. Anexo

6.1. Enlaces y referencias

- Más información y artículos de blogs:
 - [Canal cocina, blogueros cocineros 2017](#)¹²³.
 - [Bundt cake de cacao y coco. Receta sin lactosa](#)¹²⁴.
 - [Diez recetas de la felicidad](#)¹²⁵.
 - [Blogosfera](#)¹²⁶.
 - [Selección de blogs corporativos](#)¹²⁷.
 - [Los mejores blogs corporativos](#)¹²⁸.
 - [Gen Words](#)¹²⁹.
 - [Yo fui a EGB](#)¹³⁰.
 - [RSS](#)¹³¹.
 - [La cercanía como factor de éxito de un blog](#)¹³².
 - [111 razones para crear un blog](#)¹³³.
 - [Infografía sobre el puzle del seo](#)¹³⁴.

¹²³ <https://canalcocina.es/microsites/blogueros-cocineros/>

¹²⁴ <https://www.manzanaycanela.com/2020/11/bizcocho-bundt-cake-de-cacao-coco-receta-sin-lactosa.html>

¹²⁵ <https://blogs.elpais.com/el-comidista/2011/11/top-10-de-recetas-de-la-receta-de-la-felicidad.html>

¹²⁶ <https://es.wikipedia.org/wiki/Blogosfera>

¹²⁷ <https://www.goodrebels.com/es/una-seleccion-de-blogs-corporativos/>

¹²⁸ <https://www.genwords.com/blog/los-mejores-blogs-corporativos>

¹²⁹ <https://www.genwords.com>

¹³⁰ <https://cadenaser.com/audio/011RD01000000116494/>

¹³¹ <https://es.wikipedia.org/wiki/RSS>

¹³² <https://www.enredandoporlared.com/la-cercania-como-factor-de-exito-en-un-blog/>

¹³³ <https://www.marketingguerrilla.es/111-razones-para-crear-un-blog/>

¹³⁴ https://alfredovela.files.wordpress.com/2013/07/infografia_el_puzzle_del_seo.jpg

- [Marketing de contenidos](#)¹³⁵.
 - [X \(Twitter\)](#)¹³⁶
 - [Usuarios activos de X \(Twitter\)](#)¹³⁷
 - [Más de 600 millones de blogs en el mundo](#)¹³⁸.
 - [Un bloguero la persona más influyente del mundo](#)¹³⁹.
 - [Premios 20 blogs](#)¹⁴⁰.
 - [Lanzamiento de blog corporativo](#)¹⁴¹.
 - [Dominio de Internet](#)¹⁴².
 - [Alojamiento Web](#)¹⁴³.
 - [Sistema de gestión de contenidos](#)¹⁴⁴.
 - [Protocolo de transferencia de archivos](#)¹⁴⁵.
 - [Guía seo para principiantes](#)¹⁴⁶.
 - [Complemento \(plugin\)](#)¹⁴⁷.
- Blogs y páginas Web de referencia:
 - [Platón en mis manos](#)¹⁴⁸.

¹³⁵ <https://increnta.com/blog/marketing-de-contenidos>

¹³⁶ <https://x.com/?lang=es>

¹³⁷ <https://es.statista.com/estadisticas/636174/numero-de-usuarios-mensuales-activos-de-twitter-en-el-mundo/>

¹³⁸ <https://www.websitehostingrating.com/es/internet-statistics-facts/>

¹³⁹ <https://www.publico.es/internacional/372481/un-bloguero-la-persona-mas-influyente-del-mundo-para-time>

¹⁴⁰ <https://lablogoteca.20minutos.es/premios-20blogs/>

¹⁴¹ <https://www.sergiomonge.com/servicios/lanzamiento-blog-corporativo/razones>

¹⁴² https://es.wikipedia.org/wiki/Dominio_de_Internet

¹⁴³ https://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento_web

¹⁴⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_contenidos

¹⁴⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/File_Transfer_Protocol

¹⁴⁶ <https://www.whatsnew.com/2013/09/09/guia-seo-para-principiantes-de-seomoz-ya-disponible-en-espanol/>

¹⁴⁷ [https://es.wikipedia.org/wiki/Complemento_\(inform%C3%A1tica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Complemento_(inform%C3%A1tica))

¹⁴⁸ <https://platonenmismanos.blogspot.com.es/>

- [La otra poesía](#)¹⁴⁹.
- [Blog de Clara Ávila](#)¹⁵⁰.
- [Blog de Enrique Dans](#)¹⁵¹.
- [El diario](#)¹⁵².
- [Blog de Paulo Coelho](#)¹⁵³.
- [Blog de Teresa Perales](#)¹⁵⁴.
- [El comidista](#)¹⁵⁵.
- [X \(Twitter\) Mikel Iturriaga](#)¹⁵⁶.
- [Vitónica](#)¹⁵⁷.
- [La artrosis](#)¹⁵⁸.
- [Toca mates](#)¹⁵⁹.
- [Fernando Trujillo. De extranjeros](#)¹⁶⁰.
- [Un periodista en el bolsillo](#)¹⁶¹.
- [La blogoteca](#)¹⁶².
- [La meteo que viene](#)¹⁶³.
- [Digital deporte](#)¹⁶⁴.

¹⁴⁹ <https://laotrapoesia.com/>

¹⁵⁰ <https://www.claraavilac.com/clara-avila/>

¹⁵¹ <https://www.enriquedans.com>

¹⁵² <https://www.eldiario.es>

¹⁵³ <https://paulocoelhoblog.com/>

¹⁵⁴ <https://www.teresaperales.es/>

¹⁵⁵ <https://blogs.elpais.com/el-comidista/>

¹⁵⁶ <https://twitter.com/mikeliturriaga>

¹⁵⁷ <https://www.vitonica.com/>

¹⁵⁸ <https://artrosia.com/blog.html>

¹⁵⁹ <https://www.tocamates.com/>

¹⁶⁰ <https://fernandotrujillo.es/blog/>

¹⁶¹ <https://www.unperiodistaenelbolsillo.com/>

¹⁶² <https://lablogoteca.20minutos.es/premios-20blogs/>

¹⁶³ <https://lameteoqueviene.blogspot.com.es/>

- [Historias del Bajo Aragón](#)¹⁶⁵.
- [Serrablo](#)¹⁶⁶.
- [Carnavales en Bielsa](#)¹⁶⁷.
- [Escuelas de Bielsa](#)¹⁶⁸.
- [Apa colegio San Braulio](#)¹⁶⁹.
- [Aula educación adultos Alagón](#)¹⁷⁰.
- [Mola viajar](#)¹⁷¹.
- [Erasmusu](#)¹⁷².
- [Mama contracorriente](#)¹⁷³.
- [Blog Fundación Pascual Maragall](#)¹⁷⁴.
- [Blog de CaixaBank](#)¹⁷⁵.
- [Me gusta volar](#)¹⁷⁶.
- [Blog Think big](#)¹⁷⁷.
- [Blogs el País](#)¹⁷⁸.
- [Blogs el Mundo](#)¹⁷⁹.

¹⁶⁴ <https://www.digitaldeporte.com/>

¹⁶⁵ <https://historiasdelbajoaragon.wordpress.com/quienes-somos/>

¹⁶⁶ <https://www.serrablo.org/>

¹⁶⁷ <https://tradicionesaragonesas.blogspot.com.es/2011/12/carnavales-en-bielsa.html>

¹⁶⁸ <https://escueladebielsa.wordpress.com/>

¹⁶⁹ <https://apacpsanbraulio.blogspot.com.es/>

¹⁷⁰ <https://aulaeducacionadultosalagon.blogspot.com.es/>

¹⁷¹ <https://www.molaviajar.com/>

¹⁷² <https://erasmusu.com/es/blog-erasmus>

¹⁷³ <https://mamacontracorriente.com/>

¹⁷⁴ <https://blog.fpmaragall.org/>

¹⁷⁵ <https://blog.caixabank.es/blogcaixabank/>

¹⁷⁶ <https://megustavolar.iberia.com/>

¹⁷⁷ <https://blogthinkbig.com/>

¹⁷⁸ <https://elpais.com/elpais/blogs.html>

¹⁷⁹ <https://www.elmundo.es/blogs/elmundo/>

- [Blogs Herald](#)¹⁸⁰.
- [Blogs ABC](#)¹⁸¹.
- [Yo fui a EGB](#)¹⁸².
- [Evento blog](#)¹⁸³.
- [Time](#)¹⁸⁴.
- [Escuela bitácoras](#)¹⁸⁵.
- [20 minutos](#)¹⁸⁶.
- [Plone](#)¹⁸⁷.
- [Joomla](#)¹⁸⁸.
- [Drupal](#)¹⁸⁹.
- [Blogger](#)¹⁹⁰.
- [Wordpress](#)¹⁹¹.
- [Gmail \(Mail de Google\)](#)¹⁹².
- [Calendario de Google](#)¹⁹³.
- [Google Drive](#)¹⁹⁴.

¹⁸⁰ <https://www.heraldo.es/noticias/blog/portada/>

¹⁸¹ <https://www.abc.es/blogs/>

¹⁸² <https://www.yofuiaegb.com/>

¹⁸³ https://www.facebook.com/eventoblog/about?locale=es_ES

¹⁸⁴ <http://www.time.com/time/>

¹⁸⁵ <https://escuela.bitacoras.com/>

¹⁸⁶ <https://www.20minutos.es/>

¹⁸⁷ <https://plone.org/>

¹⁸⁸ <https://www.joomla.org/>

¹⁸⁹ <https://drupal.org.es/>

¹⁹⁰ <https://www.blogger.com/>

¹⁹¹ <https://es.wordpress.com/>

¹⁹² <https://mail.google.com/>

¹⁹³ <https://www.google.com/calendar>

¹⁹⁴ <https://drive.google.com/>

- [Youtube](https://www.youtube.com/)¹⁹⁵.
 - [Google Adsense](https://www.google.com/adsense)¹⁹⁶.
- Imágenes:

Todas las imágenes mostradas en este manual son de elaboración propia o capturas de pantalla de los blogs comentados.

¹⁹⁵ <https://www.youtube.com/>

¹⁹⁶ <https://www.google.com/adsense>