

BLOGS¹

¿Qué es un blog?

Un blog es, en la jerga de internet, una bitácora digital, es decir, una página web que funciona a modo de un diario personal o empresarial, actualizado por sus autores con contenidos diversos y que a menudo cuenta con comentarios o participación de los lectores. Su nombre proviene de la contracción de Web Log (“bitácora en línea” o “bitácora web”) en un solo vocablo: Weblog y posteriormente abreviado en blog.

Los primeros blogs aparecieron en línea a mediados de la década de 1990, como un formato de diario en línea abierto al público, y tuvieron su momento de mayor popularidad alrededor del año 2000. Tanta fue su popularidad que en 2006 se creó el Día Internacional del Blog, celebrado cada 31 de agosto. Algunos autores de blogs (comúnmente llamados blogueros) han incluso alcanzado la fama gracias a la circulación de sus escritos en la comunidad de lectores en línea (la blogósfera).

No existe un modelo único para los blogs, y en la actualidad su presencia se ha diversificado enormemente, dando cabida a diferentes modelos de diario personal, páginas empresariales y otros modelos similares. Además, existen muchas plataformas gratuitas y pagas para crear y sustentar un blog, las cuales ponen en manos de sus creadores una variedad de herramientas y posibilidades digitales, desde acompañamiento multimedia e hipervínculos, hasta gadgets o aplicaciones dentro del propio blog.

¿Para qué sirve un blog?

En principio, los blogs operan como una bitácora personal, o sea, como un espacio en el cual escribir y compartir con los usuarios de internet pensamientos, la rutina de vida o incluso obras de ficción.

Muchos blogs son empleados a manera de revista, aceptando colaboraciones de distintos autores, mientras que otros son básicamente portales de información y venta. El propósito de un blog puede ser muy diverso, tanto como los intereses de su creador, pero en general se trata de una publicación en línea gestionada por el propio autor.

Diferencia entre un blog y una página web

Los blogs son páginas web, pero no todas las páginas web son blogs. Estos últimos operan como bitácoras adaptables, mientras que las páginas web pueden tener un propósito cualquiera: e-commerces, salones de chat, portales de servicios, portales de videojuegos, entre muchos otros.

Por otro lado, muchas páginas web ofrecen contenido estático, que varía poco, y tienen una sección para el blog, en donde se encuentran las entradas en continua actualización, es decir, su propia bitácora a través de la cual dirigirse a su público.

Tipos de blog

¹ Tomado de: <https://concepto.de/blog/#ixzz8c8nfcy5R>

Las redes sociales pueden funcionar como micro-blogs que permiten escribir entradas mínimas.

Los blogs pueden clasificarse de muchas formas, pero la más útil es la que distingue entre sus distintos propósitos. Así, podemos hablar de:

Blogs personales. Son aquellos que lleva un autor específico y que le sirven para expresar sus puntos de vista. Suelen actualizarse con la frecuencia que el autor considere y pueden ser anónimos o el autor puede firmar con su nombre real. Por ejemplo, el blog de Enrique Dans, especialista español en temas de ciberseguridad y tecnología, en el que comenta libremente sus intereses y permite la interacción con sus lectores.

Blogs profesionales. Son aquellos que se dedican a la promoción en línea de los servicios profesionales de un individuo, o bien que sirven para llevar registro de sus logros profesionales y establecer contacto con sus seguidores y/o clientes. Por ejemplo, en “La gastroredactora”, la redactora freelance Laura Vivas no solo ofrece sus servicios y muestra su currículum, sino que además presenta un muestrario de trabajos realizados para promocionarse.

Blogs corporativos. Son aquellos que no pertenecen a un individuo, sino a una empresa u organización, y que le sirven para alcanzar y dialogar con sus clientes, así como tener una presencia en línea que responda a buscadores. Por ejemplo, en “Blog”, la empresa de videojuegos PlayStation centraliza la información de su marca, establece vínculos con sus clientes y anuncia novedades a su público.

Micro-blogs. Son aquellos que permiten a sus autores escribir entradas mínimas que se comparten en comunidades de gran tamaño, como las redes sociales. Suelen ser más inmediatos y estar centrados en la interacción social, más que en la lectura prolongada. Por ejemplo, la red social Twitter.com se define a sí misma como una plataforma de microblogging, ya que las entradas de los usuarios no superan los 280 caracteres.

Blogs educativos. Son aquellos que tienen como propósito compartir información de calidad con sus usuarios y prestar ayuda en la formación y educación del público 2.0, especialmente los jóvenes y los niños. También pueden ser blogs de organizaciones dedicadas a combatir la desinformación o a cubrir temas de urgencia. Por ejemplo, el Campus Educativo del Ministerio de Educación de Argentina brinda información sobre el tema educativo al público general y recursos pedagógicos a los docentes.

Blogs de ficción. Son aquellos en los que se desarrolla un relato, una novela o algún tipo de ejercicio de ficción narrativa, a menudo con hipervínculos e ilustraciones. Puede tratarse de literatura de diversos tipos, fanfiction o cualquier otra forma de relato. Por ejemplo, el blog Ficción Literaria de Javier Eugercio comparte con su público cuentos y microcuentos de diferentes autores.

Beneficios de tener un blog

Los blogs son herramientas útiles para ejercitar la expresión personal y poner en marcha la creatividad, sin los rigores y las exigencias de la escritura profesional o el mundo editorial. Se trata de una opción abierta a todos, con diferentes posibilidades estéticas, dinámicas y funcionales, y en muchos casos gratuita. Esto permite que, con empeño y tenacidad, cualquier persona pueda convertirse en un bloguero y cultivar un público lector, dándose a conocer en línea.

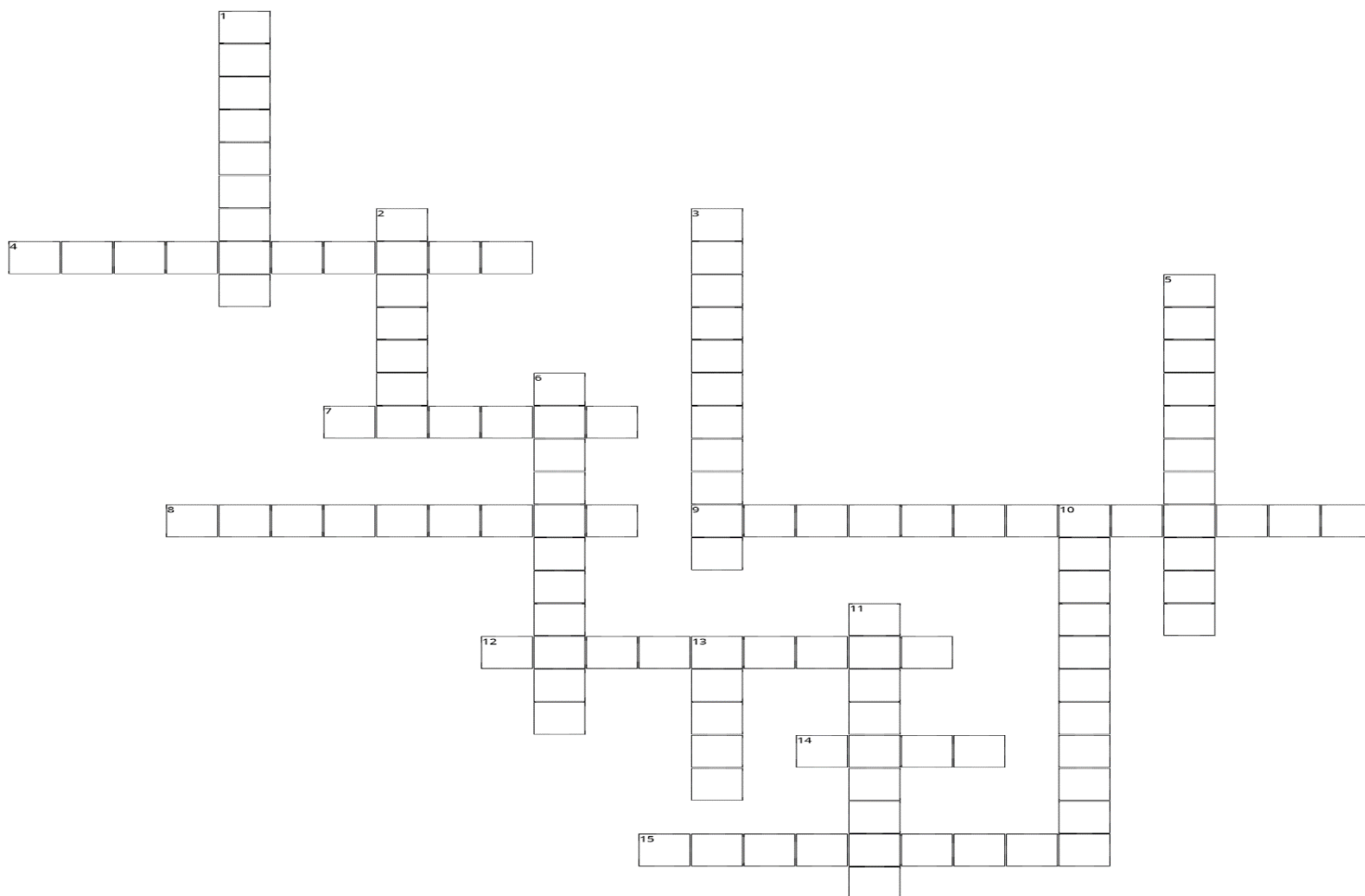
Por otro lado, los blogs son herramientas útiles comercialmente, ya que captan y fidelizan a los internautas que, si todo sale bien, pueden luego convertirse en clientes. Incluso las grandes marcas y compañías con un público establecido pueden beneficiarse de los blogs para establecer una comunidad propia y centralizar la información que desean transmitir a sus seguidores.

Ideas de temas para abrir un blog

- Las siguientes son algunas ideas para crear un blog:
- Un blog sobre cine y literatura en el cual se reseñan y valoran los libros, filmes y series que el autor consume.
- Un blog sobre viajes, en el que se comparten pequeñas descripciones de los sitios que se visitan, ilustradas con fotografías y videos.
- Un blog sobre ciencia, en el que se explica con términos sencillos las principales noticias del mundo científico y médico contemporáneo.
- Un blog sobre citas y romance, en el cual el autor cuenta sus mejores y peores experiencias en el intento por dar con su media naranja.
- Un blog sobre el cuidado de las mascotas y consejos básicos de veterinaria.
- Un blog sobre los restaurantes de la ciudad del autor, en el cual se explica qué ofrecen, se muestra su carta de productos y se deja la dirección y el teléfono para reservaciones.
- Un blog sobre compositores clásicos de música académica, en el cual se incluyen pequeños fragmentos sonoros de las grandes piezas musicales de la historia y se brinda información sobre su importancia y sobre la trayectoria del autor.
- Un blog sobre historia universal, en el que se abordan detalladamente las principales batallas de las grandes guerras de la historia, con mapas, planos y fotos de museos.

CRUCIBLOGS

Encuentra las palabras basadas en el texto que leíste



Horizontales

4. Tipo de blogs centrados en interacciones sociales breves (10 letras)
7. Nombre que proviene de la contracción de "Web Log" (7 letras)
8. Los blogs son herramientas útiles para ejercitar la ... personal (9 letras) Expreón
9. Diferencia clave entre un blog y una página web (13 letras)
12. Tipo de blogs centrados en la literatura (9 letras)
14. Modelo de publicación en línea (4 letras)
15. Función comercial de los blogs (9 letras) Captación

Verticales

1. Propósito común de los blogs corporativos (9 letras)
2. Tema sugerido para un blog sobre citas y romance (7 letras)
3. Espacios gratuitos o pagos para crear blogs (11 letras)
5. Herramienta para expresión personal en blogs (11 letras)
6. Tipo de blogs que no pertenecen a un individuo, sino a una empresa u organización (11 letras)
10. Propósito de algunos blogs educativos (11 letras)
11. Beneficio de los blogs para grandes marcas (9 letras)
13. Plataformas de micro-blogs (5 letras) Redes