

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

GEFI 01

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Diseño, creación y difusión de un blog *lifestyle*:
Siéntate que te cuento

Autora: Nerea Pérez Caballero

Tutora: Celia Andreu-Sánchez

Curso 2014-2015

Grado en Comunicación Audiovisual

Universidad Autónoma de Barcelona

Índice

1. Introducción	p. 1
2. Diseño de un blog	p. 2
2.1. Selección de temática para un blog	p. 2
2.1.1. Temática en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 3
2.2. Estudio de plataformas	p. 5
2.2.1. Elección de plataforma para <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 6
2.3. Selección de una estrategia de publicación	p. 8
2.3.1. Estrategia de publicación en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 8
2.4. Estrategia SEO	p. 10
2.4.1. Actuación ante los procesos de búsqueda de resultados de Google	p. 10
2.4.1.1. Rastreo	p. 10
2.4.1.2. Indexación	p. 11
2.4.1.3. Publicación	p. 13
2.4.2. Estrategia SEO en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 14
2.5. Creación del diseño de un blog	p. 16
2.5.1. Diseño en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 17
2.6. Uso de ilustraciones en un blog	p. 23
2.6.1. Uso de ilustraciones en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 25
3. Elaboración de un plan de comunicación online	p. 26
3.1. Fase de observación	p. 26

3.1.1. Fase de observación en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 27
3.1.1.1. Análisis de la competencia	p. 27
3.1.1.2. Inserción en la blogosfera	p. 29
3.1.1.3. DAFO	p. 31
3.2. Fase operativa	p. 33
3.2.1. Fase operativa en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 33
3.2.1.1. Metas y objetivos	p. 33
3.2.1.2. Audiencia	p. 34
3.2.1.3. Redes sociales	p. 34
3.2.1.4. Protocolo de comunicación	p. 37
3.3. Fase de ejecución	p. 39
3.3.1. Fase de ejecución en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 39
3.4. Fase de evaluación y control	p. 44
3.4.1. Fase de evaluación y control en <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 44
4. Resultados	p. 47
4.1. Uso de Weebly	p. 47
4.2. Contenido del blog	p. 48
4.3. Analítica web	p. 51
4.3.1. Sesiones	p. 51
4.3.2. Usuarios	p. 54
4.3.2.1. Comportamiento de los usuarios	p. 56
4.3.3. Acceso al blog	p. 60

4.3.3.1. Origen de las visitas	p. 60
4.3.3.2. Plataformas de acceso	p. 61
4.3.3.3. Modo de acceso	p. 63
4.4. Redes sociales	p. 65
4.4.1. Facebook	p. 65
4.4.2. Instagram	p. 73
4.4.3. Twitter	p. 84
4.5. Resolución de la meta y los objetivos	p. 91
5. Conclusión	p. 92
6. Fuentes	p. 94

Anexos

1. Introducción

Este trabajo final de grado es un proyecto centrado en la creación de un blog, con el propósito de conocer y aprender algo totalmente nuevo para mí.

Mi inexperiencia en la creación multimedia es debida a que nunca he sentido gran interés por este tema, por lo que a lo largo del grado no he asistido a ninguna asignatura relacionada. Sin embargo, tras cuatro años cursados centrados en el resto de alternativas, me he dado cuenta de que ninguna de ellas me satisface como esperaba. Por lo tanto, he optado por probar a adentrarme en el mundo multimedia mediante la creación de un blog, con la intención de aprender todo lo posible sobre el tema de forma autodidáctica, aunque siempre con la guía de mi tutora, y poder saber si me sentiría a gusto dedicándome a este ámbito de forma profesional una vez terminado el grado en Comunicación Audiovisual.

Concretamente, he escogido la realización de un blog *lifestyle* por dos motivos: soy seguidora de algunos blogs de reflexiones, como por ejemplo *2Many Bloggers*, publicado en Glamour, y, además, me encanta crear las mías propias. Desde pequeña he canalizado mis sentimientos escribiendo sobre ellos y formando reflexiones que solo yo leía, únicamente como forma de desahogo. Por lo tanto, he considerado este proyecto como la oportunidad perfecta de entender el mundo de los blogueros viviéndolo en primera persona y, además, de compartir mis escritos con todos aquellos que estén dispuestos a leerlos.

El objetivo del proyecto es conocer los pasos necesarios para el diseño, la creación y la difusión de un blog. Para ello, se dividirá el trabajo en tres partes principales: en primer lugar, se investigarán y se aplicarán los aspectos más relevantes a la hora de diseñar un blog, que son la selección de la temática, la elección de la plataforma web, el planteamiento de una estrategia de publicación, el conocimiento de los factores más importantes de la estrategia SEO, el diseño de la estructura y el estilo y asegurarse de la legalidad del contenido; en segundo lugar, se realizará un plan de comunicación online de tres meses, tanto del blog como de sus respectivas redes sociales, y se pondrá en práctica; y, por último, se analizarán los resultados obtenidos de los tres meses de publicación con tal de identificar tanto los aciertos como los errores y, de esta forma, poder aprender de ellos.

2. Diseño de un blog

2.1. Selección de temática para un blog

El punto de partida a la hora de realizar un blog es la elección de la temática, que debe ser lo más precisa posible, ya que tanto la forma como el contenido del sitio web dependerán, en gran parte, de ella.

La decisión de llevar a cabo un blog implica dedicarle muchas horas, tanto a la preparación del contenido como al mantenimiento y buen rendimiento del sitio web. Por ello, es esencial que la temática escogida motive al propio autor, aunque también es necesario tener en cuenta los gustos y las necesidades de los usuarios de la red.

Una vez escogida la temática del blog es importante determinar de qué forma se tratará en las diferentes entradas. Para ello, Rojas y Redondo (2013) aconsejan una serie de ítems citados del blog Click Efectivo (clickefectivo.com) y considerados irresistibles para los usuarios:

- “Los análisis: los análisis o evaluaciones de productos, libros o aplicaciones son imán para las audiencias en las redes sociales.
- Las megalistas: las listas largas de consejos, tácticas y preguntas sobre un determinado tema atraen la atención de los internautas.
- Los <<Cómo...>>: [...] proporcionan al lector diferentes soluciones a cuestiones cotidianas que exigen respuestas.
- Las entrevistas con expertos y líderes: [...] aportan valor añadido y conocimiento al lector.
- Los *case studies*: los estudios de casos particulares proporcionan al lector pruebas de que una determinada estrategia puede funcionar si se aplica adecuadamente y eso ayuda a encender la mecha de la viralidad.
- Las historias *negativas*: un titular *negativo* como <<treinta cosas que no debes hacer en social media>> genera a veces más tráfico web que si está redactado en *positivo*.
- Los datos, las cifras y las estadísticas: a los internautas les encantan los datos, las cifras y las estadísticas y estarán encantados también de compartirlos en sus propias redes sociales.
- Las noticias novedosas: los blogs y las redes sociales son los medios de comunicación de masas de la nueva era digital, por lo que deben proporcionar también noticias novedosas para enganchar al lector.

- Los estudios y los informes: los estudios y los informes proporcionan evidencias científicas sobre determinadas tendencias. Su credibilidad los convierte en contenidos altamente *adictivos*.”

Michael (2011) añade un valor extra al uso de la entrevista con estas palabras:

“Todo el mundo quiere escuchar lo que tiene que decir un experto. Esta técnica atraerá enlaces de otros blogueros que quieren comentar lo que dice en la entrevista. También conseguirá enlaces de otras personas que han aprendido algo de la entrevista y quieren compartirla. Y el experto consigue publicidad gratuita, así que seguramente aceptará su petición” (Michael, 2011: 205).

2.1.1. Temática en *Siéntate que te cuento*

La temática escogida para el blog *Siéntate que te cuento* son las experiencias. En un primer momento, la idea era que el blog tratara sobre sentimientos, pero esta opción era demasiado amplia y difusa, tanto para el enganche del usuario como a la hora de crear contenido. Por ello, se ha optado por limitar el tema a experiencias y, además, se ha concretado en experiencias artísticas, experiencias vitales y experiencias de ocio. De esta forma, mientras que la temática queda delimitada, esta ofrece muchas posibilidades en cuanto a temas a abordar en las diferentes entradas.

Las **experiencias artísticas** ofrecen muchas opciones, ya que en ellas se pueden incluir todas las acciones consideradas arte, como pueden ser por ejemplo la literatura, la danza, la pintura o la ilustración. Sin embargo, en un primer momento la idea es centrarse en esta última opción: la ilustración. El principal motivo es el auge de esta expresión artística en los últimos años, que se está extendiendo y cada vez es más reconocida y exitosa gracias a su difusión a través de las redes sociales. Cabe destacar que esta intención de centrarse en la ilustración dependerá de la respuesta de los usuarios, que en caso de que no reciban estas entradas de forma positiva, se optará por declinar las experiencias artísticas al resto de temas posibles citados anteriormente; por otro lado, encontramos las **experiencias vitales**, que son las que engloban más temas, además de ser las más relacionadas con la primera idea de escribir sobre sentimientos. En esta clase de entradas, se tratan experiencias propias de situaciones comunes, de forma que el usuario se pueda sentir identificado o que simplemente pueda reflexionar cómo afronta él mismo la situación tratada. Los demás abordados son el amor, la amistad, la familia, el trabajo...; y, por

último, las **experiencias de ocio** tratan sobre la experiencia propia originada al llevar a cabo determinadas actividades realizadas en tiempo libre. Además, este tipo de experiencias incitan a la acción de los usuarios, ya que se pretende recomendar dicha actividad con tal de que generen ellos su propia experiencia. Los temas abordados pueden ser desde la visualización de series y películas hasta la visita a un restaurante concreto. Cabe destacar que algunas actividades, concretamente las que requieren algún tipo de desplazamiento, se centran en el entorno de Barcelona, por proximidad.

Para abordar los diferentes temas englobados en los tres tipos de experiencias, se siguen, siempre que sea coherente, los consejos de Rojas y Redondo (2013) citados anteriormente, con tal de que el contenido sea atrayente para el usuario. Independientemente de esto, se sigue una misma línea en todas las entradas del blog: las experiencias se presentan en forma de monólogo interior, es decir, como experiencia propia y en primera persona, teniendo como referencia el libro *Cinco horas con Mario* de Miguel Delibes. Se procura que el texto sea cercano al usuario y que este se implique mediante el uso de la tercera persona: el escritor, y por lo tanto el autor del blog, se dirige de forma directa al usuario mediante preguntas, consejos o recomendaciones. Por último, cabe señalar que siempre que se considera oportuno, las entradas contienen una cita, tanto de libros como de películas, series o personajes conocidos, con la intención de que complementen la experiencia narrada y otorgarle una riqueza extra al discurso.

Como se ha avanzado anteriormente, el título del blog es ***Siéntate que te cuento***. El principal motivo es que esta frase ha estado muy presente en mi adolescencia, pero es oportuno al tratarse precisamente de un blog personal. Asocio esta frase como la típica respuesta a una pregunta que merece profunda explicación, relacionada normalmente con sentimientos, sensaciones o experiencias; en segundo lugar, considero que insertar un título imperativo puede ser positivo, ya que se hace un llamamiento al usuario; y el último motivo es que el hecho de tratarse de un nombre sencillo y pegadizo, como se verá en apartados posteriores, puede ayudar a impulsar el blog.

2.2. Estudio de plataformas

Las características de la plataforma en la que se lleva a cabo la creación de un blog son determinantes para su grado de éxito, ya que estas influyen en aspectos esenciales de cualquier sitio web: estrategia SEO, diseño, contenido...

Existe una amplia variedad de plataformas en las que crear un blog personal. Sin embargo, se han escogido cuatro de ellas para ser analizadas, teniendo como criterio principal que tuvieran una versión gratuita: Wordpress, que se autodefine en su web (wordpress.com) como una plataforma de alojamiento en continuo crecimiento, potente, fiable y sencilla; Blogger, que es una herramienta de Google que permite compartir texto, fotos y vídeos (blogger.com); Weebly, basada en la creación de webs con un estilo de formato Widget (Wikipedia, 2014); y Wix, que permite crear webs con tecnología HTML 5 (wix.com). Con tal de escoger la plataforma más adecuada a los intereses y necesidades propios, se han investigado sus principales características:

	WordPress	Blogger	Weebly	Wix
Versión gratuita	Sí	Sí	Sí	Sí
Google Analytics	No	Sí	Sí	No
Contenidos multimedia	Sí	Sí	Sí	Limitado
Facilidad de uso	Media	Alta	Muy alta	Media
Variedad plantillas	Sí	Sí	Sí	Sí
Versión móvil	Sí	Sí	Sí	Sí
Almacenamiento	3GB	Páginas ilimitadas de máximo 1MB	Máximo 5 páginas	500MB

Tabla 1. Características de las plataformas susceptibles a ser utilizadas. Fuente: elaboración propia con información de las webs Wordpress, Blogger, Weebly y Wix.

2.2.1. Elección de plataforma para *Siéntate que te cuento*

En primer lugar, uno de los factores más importantes a tener en cuenta en el momento de escoger una plataforma es que sea gratuito, a pesar de las palabras de Michael (2011) sobre ello:

“Ningún dominio de alojamiento gratuito se adaptará a la flexibilidad de diseño y al poder de clasificación de uno personalizado. Estará limitado a los temas y *plugins* que pueda instalar. Sin la libertad de instalar *plugins*, se limitará al poder SEO que pueda conseguir. [...] Los buscadores no adjudican buenas clasificaciones a los dominios de alojamiento gratuito y los clientes saben que son gratuitos, por lo que no se tomarán su empresa en serio” (Michael, 2011: 280-281).

Aunque existan estos límites, el objetivo es adentrarse en el mundo de los blogs, por lo que con un subdominio gratuito será suficiente para llegar a conocer realmente las necesidades y las aspiraciones propias. Por tanto, esta primera experiencia de llevar a cabo un blog personal sirve para tomar la decisión de introducirse o no en un proyecto mayor y todo lo que ello implica.

Partiendo de la base de que sea gratuito, un factor determinante para decidirse por una determinada plataforma es que esta permita el uso de Google Analytics, con tal de controlar las estadísticas y poder mejorar el sitio web en base a ellas. Además, también es esencial que permita contenidos multimedia, de forma que se consiga un blog completo y con un amplio abanico de posibilidades en cuanto a contenido. La facilidad de uso y la variedad de plantillas son factores menos importantes pero también hay que tenerlos en cuenta, ya que de ellos depende el resultado final del diseño, que como se ha explicado anteriormente, es determinante para cumplir el objetivo del blog: la satisfacción del usuario. Por último, cabe destacar el almacenamiento que permite cada plataforma como aspecto a valorar, además del hecho de que permita una versión móvil del sitio.

Teniendo en cuenta la información de la Tabla 1, se descarta en primer lugar Wix, puesto que no permite Google Analytics y el contenido multimedia es limitado (solo permite una imagen o un vídeo por entrada). Seguidamente, queda eliminada como opción a escoger Wordpress, ya que aunque su versión de pago (wordpress.org) es una de las mejores plataformas para llevar a cabo blogs, su versión gratuita (wordpress.com) no permite Google Analytics, entre otras limitaciones (Michael, 2011). Según el análisis presente en la Tabla 1, las

diferencias entre Blogger y Weebly son la facilidad de uso, que es alta y muy alta respectivamente, y el límite de almacenamiento, ya que Blogger permite páginas ilimitadas mientras que Weebly admite un máximo de cinco. Por lo tanto, conociendo estas características, habiendo probado ambas plataformas durante unos días y teniendo en cuenta las necesidades de *Siéntate que te cuento*, es preferible escoger **Weebly**: las páginas que permite son suficientes para el blog planteado y, además, el alto grado de facilidad de uso permite conseguir el diseño deseado, un factor determinante para el éxito.

2.3. Selección de una estrategia de publicación

La estrategia de publicación es un arma poderosa para fidelizar la audiencia y conseguir que el hecho de visitar el blog pase a formar parte de su rutina. Por lo tanto, la estrategia escogida, además de atender a las posibilidades del autor, debe responder a las necesidades y los hábitos de los usuarios.

Es altamente recomendable actualizar el blog con un grado de frecuencia elevado. Como se verá en el apartado dedicado a la estrategia SEO, generar contenido nuevo con frecuencia es uno de los factores que más robots de Google atrae, cosa que ayuda a que se posicione mejor el blog porque estos mandan información continuamente a los buscadores.

2.3.1. Estrategia de publicación en *Siéntate que te cuento*

En un primer momento, con tal de fidelizar la audiencia, se ha contemplado la idea de publicar de lunes a viernes. Sin embargo, la decisión ha sido publicar tres veces a la semana, teniendo en cuenta las posibilidades en cuanto a tiempo de crear contenido. Por lo tanto, se ha priorizado la calidad de las publicaciones ante la cantidad de actualizaciones semanales, siempre manteniendo la regularidad y periodicidad anteriormente mencionadas.

La estrategia de publicación de *Siéntate que te cuento* se basa en publicar los lunes, los miércoles y los viernes, siempre antes de las 8 a.m., ya que esta hora suele coincidir con el momento en que las personas inician sus actividades diarias, por lo que es preciso que puedan leer la nueva entrada desde primera hora del día.

Cada uno de los días seleccionados para publicar una nueva entrada tiene asignado un tipo de experiencia de los tres que se han anunciado anteriormente: artísticas, vitales y de ocio. De esta forma, los usuarios saben qué tipo de entrada se van a encontrar según el día de la semana que sea y, además, aquellos que acudan al blog por un único tipo de experiencia (o más de uno pero no todos) sabrán qué días hacerlo y podrán incluir esta acción en su rutina. Concretamente, los tipos de experiencia se han adjudicado a un determinado día (Tabla 2) siguiendo la lógica de qué podría esperar el usuario modelo de cada día de la semana en el blog: los lunes contienen experiencias artísticas para comenzar la semana contagiando ganas de dedicar tiempo a actividades enriquecedoras; los miércoles se centran en las vitales porque por

lo general es un día muy incierto, ya que el fin de semana todavía queda lejos y las personas están sumergidas en la rutina, por lo que es posible que el grado de necesidad de desconectar unos instantes y atender a los sentimientos sea más elevado que el resto de días; y, por último, los viernes se basan en las experiencias de ocio, porque al tratarse del último día laborable de la semana, se comienza a pensar en el tiempo libre que se pueda tener y, por lo tanto, se procura dar ideas de restaurantes u otras actividades de ocio para realizar durante los días festivos.

Lunes	Miércoles	Viernes
Experiencias artísticas	Experiencias vitales	Experiencias de ocio

Tabla 2. Resumen de la planificación semanal. Fuente: elaboración propia.

2.4. Estrategia SEO

Partiendo de la base de que “el mejor escritor del mundo no va a tener éxito si su sitio web está al final de un camino polvoriento, aislado y abandonado” (Michael, 2011: 17), es preciso investigar sobre SEO (Search Engine Optimization), que es

“es el proceso y la disciplina que mejora la calidad y la visibilidad de un sitio web para optimizar su clasificación en los buscadores y, por tanto, aumentar el tráfico de visitantes” (Michael, 2011: 28).

2.4.1. Actuación ante los procesos de búsqueda de resultados de Google

Al realizar una búsqueda en Google, sus programas consultan un índice para decidir cuáles son los resultados más relevantes y, por lo tanto, los que se muestran al usuario. Los procesos principales que llevan a mostrar unos determinados resultados de búsqueda son el rastreo, la indexación y la publicación (Google, 2015).

2.4.1.1. Rastreo

El rastreo es realizado por el robot de Google mediante un proceso algorítmico que permite descubrir e indexar nuevas páginas y actualizar las existentes.

Es importante tener en cuenta que el **contenido nuevo** es el alimento de los motores de búsqueda, ya que estos captan cuando en un sitio web se publica contenido de forma regular y esto hace que envíen robots con más frecuencia. Es preciso recordar que los comentarios de los usuarios no solo benefician por lo que se puede aprender de ellos, sino que también son considerados nuevo contenido y, por tanto, cuanto más comentarios más robots mandarían los buscadores (Michael, 2011).

Por otro lado, Google (2015) considera esencial hacer un **uso efectivo de robots.txt.**, que se trata de un archivo que debe estar en el directorio raíz de una determinada página para que indique a los motores de búsqueda en qué partes de ella indagar. Por ello, recomienda mantenerlo actualizado, de forma que los robots que accedan al sitio web tengan las indicaciones necesarias. Actualmente, en *Ayuda de Herramientas para webmasters de Google*, se encuentra la

opción de crear un archivo robots.txt, probarlo para observar los elementos de la página que Googlebot rastrea del archivo y enviarlo actualizado a Google.

Por último, es necesario señalar que **se producen cambios constantes en los algoritmos de Google**. Los tres más importantes en los últimos años han sido Panda, Penguin y Hummingbird, que han ido recibiendo actualizaciones desde su lanzamiento. En primer lugar, el algoritmo Panda, que afectó al 3-5% de las búsquedas, surgió en 2011 con tal de sancionar los sitios con contenido de baja calidad (duplicado, copiado, con excesivos anuncios...) y recompensar a los que presentan contenido único y significativo para los usuarios. En 2012 surge Penguin, afectando también a un 3-5% de las búsquedas, que se diseña para tratar con el spam, sancionando a los sitios que manipulan los rankings mediante esta técnica. Y, por último, en 2013 surge el algoritmo Hummingbird, que afectó al 90% de las búsquedas. Este se adaptó a las nuevas necesidades de los usuarios, que se basan en búsquedas complejas y, además, a través de teléfonos móviles. Por ello, Google ha pasado de coger palabras y buscarlas en su base de datos a entender el significado de lo que busca, es decir, ha aprendido a responder preguntas, incluso si se realizan mediante voz (Moz, 2014).

2.4.2. Indexación

Una vez procesadas las páginas rastreadas, se crea un índice de todas las palabras, etiquetas y atributos de contenido clave junto a la página en la que se ubican (Google, 2015).

Por ello, Google (2015) recomienda utilizar **texto** en lugar de imágenes a la hora de mostrar contenido, de forma que los rastreadores lo reconozcan. Sin embargo, en caso de que sea necesario el uso de imágenes como contenido, se recomienda utilizar de forma breve el atributo *alt*, con tal de que los rastreadores identifiquen un texto descriptivo sobre ella. En cuanto a los menús, Michael (2011) recomienda que sean personalizados, que se utilice texto (no sólo imágenes, menús desplegados y animaciones) y que no cambien al pasar de una página a otra porque es confuso tanto para los usuarios como para los robots.

Por otro lado, las **etiquetas**, que son un factor importante a la hora de indexar nuestro sitio web, son las siguientes: en primer lugar, la etiqueta *title*, que debe indicar con precisión el contenido tanto a los motores de búsqueda como a los usuarios. Según Michael (2011), este tipo de etiqueta debe tener un máximo de 70 caracteres, de los cuales los 30 o 40 primeros se centren en las palabras clave relacionadas con el sector; por otra parte, la metaetiqueta *keywords*, que debe contener entre cuatro y diez palabras clave, es fundamental porque son los “indicadores que emplean los buscadores para determinar el tema y el valor de las páginas web” (Michael, 2011: 32); y, por último, la metaetiqueta *description* se trata de un resumen sobre la página que aparece bajo el título de la página web al salir en los resultados de búsqueda en caso de no haber una parte de la página que coincida con las palabras clave (Google, 2011). Por lo tanto, se deben utilizar descripciones que informen sobre el tema creando, además, interés en el usuario. Esta metaetiqueta no debe superar los 160 caracteres, lo más importante debe ir al principio y no es preciso repetir muchas palabras clave porque se corre el riesgo de que el buscador las acabe ignorando (Michael, 2011).

Con tal de que un determinado sitio web esté indexado correctamente, es necesario que este conste de una **buena estructura**: se debe facilitar la navegación de forma que los usuarios puedan encontrar el contenido que desean de forma rápida (mínimos clics posibles) y que los motores de búsqueda entiendan el grado de importancia del contenido y la relación entre las distintas páginas. Para ello, se aconseja una planificación de la navegación basada en la página de inicio y crear una jerarquía que fluya de forma natural, facilitando lo máximo posible a los usuarios ir de un contenido general a otro más específico (Google, 2011). Concretamente, en *Herramientas para webmasters de Google* (2015) se afirma que es necesario que mínimo desde un enlace de texto estático se pueda acceder a todas las páginas.

En cuanto a los **sitios web para móviles**, cabe destacar que utilizan un formato distinto y, a pesar de que no haya redireccionamiento y sea la misma URL, el contenido cambia ligeramente en función del User-agent. Sin embargo, el usuario de ordenador debe ver lo mismo que el

Googlebot y el del móvil lo mismo que el rastreador Gooblebot-Mobile (Google, 2011).

2.4.3. Publicación

El robot determina si el contenido es de calidad y relevante para la consulta del usuario teniendo en cuenta más de 200 factores. Sin embargo, uno de los factores más importantes es el **PageRank**, que está formado por el valor que se ha aportado a la página web a través de los enlaces que ha recibido de otros sitios (Google, 2015). Por lo tanto, como afirma Michael (2011), conseguir enlaces entrantes es vital en cualquier estrategia.

Para que los otros sitios webs y los propios usuarios se interesen en una determinada página es esencial crear **contenido interesante y útil**. Por lo tanto, hay que ofrecer contenido único y exclusivo sobre el tema que se trata mediante textos fáciles de entender, es decir, bien escritos y estructurados (Google, 2015). Michael (2011) añade que el contenido debe tener un mínimo de 250 palabras, no abarcar demasiados temas y no excederse en cuanto a palabras clave.

Otro punto importante para conseguir visitas y enlaces entrantes es la **promoción**, que se consigue estableciendo comunicación con sitios que hablan de los mismos temas y mediante las redes sociales (Google, 2011). Estas últimas han permitido la aparición del contenido viral, que es aquel que se transmite de un usuario a otro rápidamente y que es considerado “la joya del marketing en Internet” porque supone publicidad gratuita y puede afectar de forma positiva a la obtención de enlaces y al tráfico que se deriva de ellos” (Michael, 2011: 213).

En cuanto a otras **directrices recomendadas** para conseguir un buen posicionamiento, estas son las más destacadas: para que un sitio web consiga tener una buena posición en las páginas de resultados: crear URLs sencillas, que sugieran el contenido de la página incluso antes de hacer clic en el enlace, que se basen en palabras, que no contengan mayúsculas y que sean fáciles de recordar y escribir, llegando a ser pegadizo, de manera que atraiga a los lectores (Google, 2011; Michael, 2011); que el tamaño de las imágenes no sea excesivo, ya que el hecho de que se carguen rápido mejora la calidad general del sitio web y

aumenta la satisfacción del usuario (Google, 2015); y que el texto ancla, “texto en el que podemos hacer clic y que los usuarios ven como un enlace” (Google, 2011: 16), presente un formato diferente para que sea más fácil de identificar, que indique algo sobre la página a la que se enlaza y que sea descriptivo, breve (varias palabras o una frase corta) y conciso (Google, 2011).

Es necesario destacar un consejo de Google (2015) a modo de recordatorio: se debe crear **contenido exclusivamente para el usuario** y no para los motores de búsqueda. Es decir, a pesar de llevar a cabo las acciones necesarias para indexar bien la página web y mejorar su posicionamiento, nunca hay que perder de vista que el principal objetivo del sitio web es la satisfacción del usuario.

Por último, y no por ello menos importante, es altamente recomendable hacer uso de **Google Analytics** con tal de optimizar el posicionamiento de la web, ya que es una herramienta diseñada para

“entender cómo llegan los usuarios a tu sitio y cómo se comportan en él; descubrir cuál es el contenido más frecuentado de tu sitio; y evaluar el impacto de optimizaciones que hayas hecho en tu sitio (por ejemplo, si has cambiado las metaetiquetas *title* y *description* para ver si mejoran el tráfico que recibes de motores de búsqueda)” (Google, 2011: 30).

2.4.2. Estrategia SEO en *Siéntate que te cuento*

Con tal de que el blog *Siéntate que te cuento* adquiriera un buen posicionamiento en los resultados de búsqueda, se produce continuamente contenido nuevo para que los servidores envíen robots con frecuencia. Además, este contenido es interesante, único y exclusivo, tanto para la satisfacción de los usuarios como la de otras páginas que puedan aportar enlaces entrantes, otorgando así valor PageRank a *Siéntate que te cuento*. Para ello, también se promociona el sitio web, fundamentalmente mediante las redes sociales. Concretamente, el contenido se presenta mediante textos fáciles de entender, no muy extensos y bien estructurados: el contenido, que está pensado para el usuario, está separado en párrafos y con palabras destacadas en negrita para facilitar la lectura, además del texto ancla diferenciado en color rojo.

Weebly, la plataforma escogida para llevar a cabo el *blog Siéntate que te cuento*, facilita al creador del blog conseguir una buena optimización. Concretamente, en la configuración de tu sitio web hay un apartado titulado “SEO” y en él se puede añadir la “descripción del sitio” (blog personal sobre experiencias artísticas, vitales y de ocio) y “palabras clave Meta” (experiencias, arte, vida, ocio, Barcelona). Por otra parte, a la hora de publicar una entrada, se permite clasificarla en categorías, crear la parte variable de la URL de la entrada en cuestión, el “título de la entrada SEO” y la “descripción de la entrada SEO”. Cabe destacar que en las imágenes presentes en la entrada, permite añadir la etiqueta *alt*, aunque únicamente cuando se presentan las imágenes de forma individual, ya que cuando es un grupo de imágenes, como es el caso de la opción *slide show*, no es posible.

Siguiendo las directrices para conseguir una buena optimización del sitio web, se ha optado por una URL sencilla (dentro de lo posible, ya que se trata de un subdominio) y pegadiza: www.sientatequetecuento.weebly.com. Por otro lado, la planificación de la navegación se basa en la página de inicio y consta de unos menús constantes en todas las páginas del blog. Y, por último, se ha creado una cuenta en Google Analytics con el código del blog *Siéntate que te cuento* con tal de ir corrigiendo aspectos que se consideren que no funcionan de la forma deseada.

2.5. Creación del diseño de un blog

El diseño, en cuanto a estructura y estilo, y el objetivo del sitio web están estrechamente relacionados: el objetivo determina el diseño, y a su vez, el correcto planteamiento del diseño determina el cumplimiento del objetivo (Michael, 2011). Teniendo en cuenta esto, Hassan, Martín Fernández e Iazza (2004) recomiendan que para que el objetivo se cumpla, el diseño sea “comprensible, fácil de usar, amigable, claro, intuitivo y de fácil aprendizaje para el usuario”.

Partiendo de esta base, Hassan et al. (2004) aconsejan seguir los siguientes pasos a la hora de diseñar un sitio web determinado: el primer paso consiste en conocer lo mejor posible cómo serán los usuarios del sitio web, concretamente sus necesidades de información, las condiciones de acceso, la experiencia y los conocimientos previos; seguidamente, hay que definir la estructura del sitio, es decir, idear un esquema con las conexiones que habrá entre las diferentes páginas; en tercer lugar hay que decidir la posición, el tamaño y el color de cada elemento, determinando su importancia, además de la tipografía y la forma en que se resaltarán elementos dentro del texto en caso de que sea necesario. Estas decisiones determinarán el estilo del sitio web, por lo que es importante que sean comunes en todas las páginas, presentando coherencia y consistencia visual; y, por último, el cuarto paso es el diseño de contenidos, que está muy vinculado con el conocimiento de los usuarios, ya que consiste en adaptar el lenguaje, el tono y el vocabulario a aquellos que frecuentarán el sitio web.

Además de los pasos que hay que seguir para crear el diseño, hay que saber cuáles son los cimientos de cualquier sitio web: la usabilidad, esencia de la cual es resumida por Rojas y Redondo (2013) con un *tweet* de Alex Graupera (@alexgm): “el máximo éxito de la usabilidad es directamente proporcional al mínimo esfuerzo del usuario”; la accesibilidad, que según WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) se basa en 4 principios: perceptible, operable, comprensible y robusto; la legibilidad en distintos navegadores y soportes tecnológicos; y, por último, contenidos interesantes para los usuarios (Rojas y Redondo, 2013).

Tras conocer los aspectos relacionados con el diseño general del sitio web, es conveniente adentrarse en factores más concretos, tomando como referencia las guías de diseño de Apple y Android. En “iOS Human Interface Guidelines: Designing for iOS” (2014) encontramos estos tres principios básicos:

- *Deference*: utilizar toda la pantalla y vincular elementos con la realidad.
- *Clarity*: que el texto sea legible en todos los tamaños, que los iconos sean precisos y que los adornos sean sutiles y apropiados. Es decir, que el diseño se centre en la funcionalidad.
- *Depth*: mostrar el contenido en distintas páginas para transmitir jerarquía y posición, ayudando a los usuarios a entender la relación entre las diferentes partes.

Por otro lado, los tres principios básicos en cuanto a diseño según Android (Android Design, 2014) son:

- Belleza: conseguir una elegancia y estética agradable mediante una tipografía nítida y significativa y un buen uso de los colores, utilizándolos de forma cuidada, de manera que encajen con la marca y proporcionen un buen contraste entre los componentes visuales.
- Sencillez: facilitar la navegación y el entendimiento del contenido al usuario, cosa que se consigue mostrando únicamente lo necesario en cada momento.
- Innovación: aportar algo nuevo.

Se puede observar que, aunque ambos sistemas empleen diferentes palabras y presenten varios matices, tanto Apple como Android se basan en los mismos factores, a los cuales se atenderán: que el sitio web sea visualmente agradable e interesante y que facilite en todo momento, a través de la estructura de navegación y de la organización del contenido, que el usuario encuentre lo que busca y quede satisfecho.

2.5.1. Diseño en *Siéntate que te cuento*

Siguiendo los consejos anteriormente estudiados, se ha optado por un diseño muy sencillo, caracterizado por ser claro y tener únicamente lo necesario.

En el blog *Siéntate que te cuento* se juega con pocos **colores**: blanco, negro y rojo (Imagen 1), ya que la combinación entre ellos, que contrastan a la perfección, aporta elegancia, sencillez y equilibrio. Además, el blanco y el negro aportan un efecto de neutralidad muy oportuno, ya que al tratar varios tipos de experiencias, es un blog bastante general en cuanto a temas. El uso del rojo es debido al amplio vínculo que tienen tanto este color como el blog a los sentimientos (Bizzocchi, 2013).



Imagen 1. Página principal del blog Siéntate que te cuento. Fuente: blog Siéntate que te cuento.

Al diseñar la **estructura**, se ha pretendido que fuera lo más simple posible, atendiendo tanto a las necesidades del contenido como del usuario. El esquema principal que se ha seguido es el siguiente:

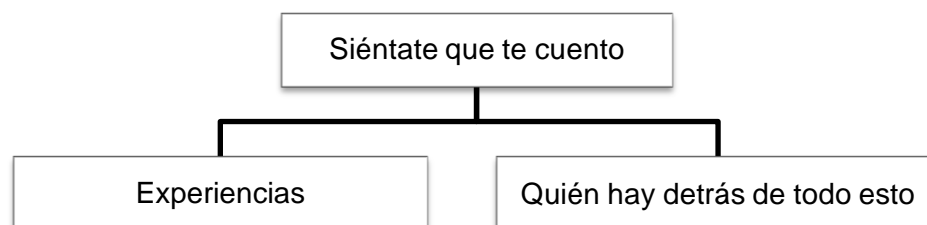


Figura 1. Esquema principal de la estructura de Siéntate que te cuento. Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, en la barra lateral derecha se encuentran dos formas de dividir las entradas del blog, es decir, la página de “Experiencias”:

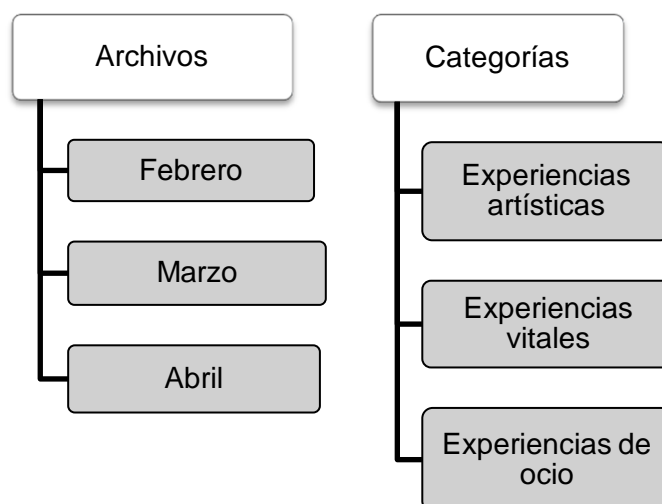


Figura 2. Esquema barra lateral de *Siéntate que te cuento*. Fuente: elaboración propia.

Cabe destacar que no se ha considerado necesario crear un logo, por lo que la **marca** será el título del blog con la tipografía Raleway, clasificada en Serif, y en rojo (#e22727), el color que destaca en *Siéntate que te cuento*:

SIÉNTATE QUE TE CUENTO

Imagen 2. Título como marca del blog. Fuente: blog *Siéntate que te cuento*

Sin embargo, a pesar de no tener un logo, tanto el blog como sus redes sociales constan de **imágenes fijas**: por un lado la imagen corporativa (Imagen 3), que corresponde a una fotografía de la autora del blog realizada por JaioMusikaHill y retocada siguiendo el estilo del blog, y, por otro lado, una imagen de cabecera (Imagen 4), que consta de tres dibujos relacionados con la temática (paleta de colores, corazones y televisión) creados had hoc por Anna Salamaña.

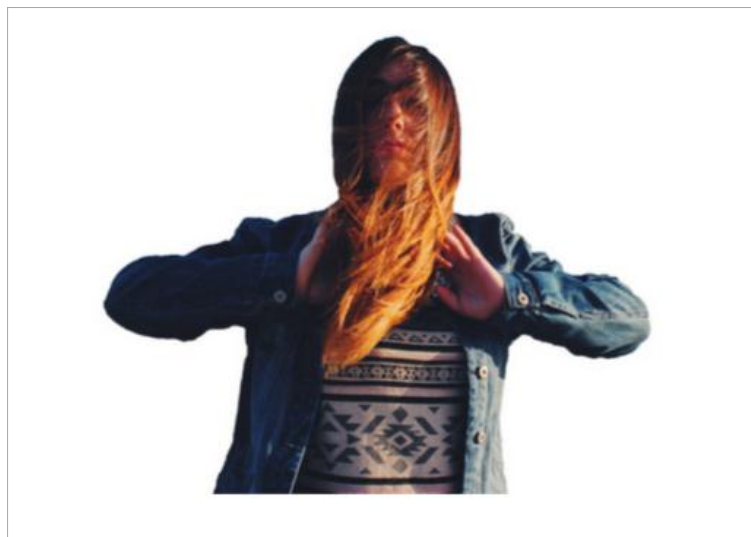


Imagen 3. Imagen corporativa de Siéntate que te cuento. Fuente: JaioMusikaHill.

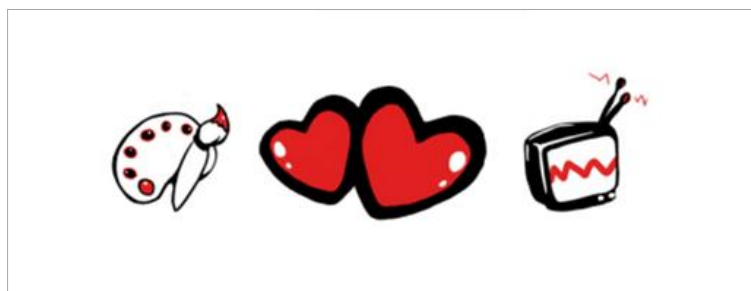


Imagen 4. Imagen de cabecera de Siéntate que te cuento. Fuente: Anna Salamaña.

Concretamente, en el blog se pueden observar las imágenes corporativa y de cabecera en la página secundaria “Quién hay detrás de todo esto” (Imagen 5), ya que la principal presenta únicamente el título centrándose directamente en las entradas (Imagen 2). En cuanto a redes sociales, cabe destacar que el diseño actual de Facebook y Twitter es similar, por lo que ambas contienen la imagen corporativa como fotografía de perfil y la imagen de cabecera de portada (Imágenes 6 y 7). Por el contrario, en Instagram solo se puede añadir una imagen fija, la de perfil, por lo que se presenta únicamente la imagen corporativa (Imagen 8).



Imagen 5. Imagen de cabecera e imagen corporativa en el blog *Siéntate que te cuento*.

Fuente: blog *Siéntate que te cuento*.



Imagen 6. Imagen de cabecera e imagen corporativa en la página de Facebook de *Siéntate que te cuento*. Fuente: Facebook *Siéntate que te cuento*.



Imagen 7. Imagen de cabecera e imagen corporativa en la página de Twitter de *Siéntate que te cuento*. Fuente: Twitter @sientatequete.



Imagen 8. Imagen corporativa en el perfil de Instagram de Siéntate que te cuento.

Fuente: Instagram @sientatequetecuento.

Por último, se ha decidido escoger una **tipografía** neutra y sencilla de leer. Tanto el texto como el título de párrafo constan de la tipografía Source Sans Pro, de nuevo clasificada en Serif, en un color gris oscuro (#3f3f3f), mientras que el título de las entradas coincide con el título del blog, es decir, la tipología Raleway en color rojo (#e22727). Cabe señalar que dentro del texto de las entradas se destacan siempre una serie de palabras importantes en negrita con tal de amenizar la lectura a los usuarios, y los hipervínculos en rojo, para que se distinga cuando hay un enlace, ya sea interno o externo.

2.6. Uso de ilustraciones en un blog

Uno de los factores más importantes a tener en cuenta a la hora de crear un blog personal es cómo ilustrar, prestando total atención a la legalidad.

Existen dos formas de ilustrar: con obras propias o con obras de otros autores. En el primer caso, los derechos y la forma en que se da uso a la obra es decisión propia. A diferencia de esto, si se opta por la segunda opción, es necesario tener en cuenta la existencia del copyright, que significa que el autor tiene todos los derechos reservados y, por lo tanto, indica que no está permitido su uso a terceros. Sin embargo, también existe la cultura copyleft, en la que “el autor permite en diferentes medidas la libre reproducción, distribución, difusión y transformación de su obra” (fundacioncopyleft.org).

De esta última idea nace CreativeCommons que “representa la vertiente jurídica de los diversos elementos que componen el copyleft” (Marandola, 2005: 63). Y lo hace a través de licencias (Tabla 3), que

“ofrecen a los creadores un abanico de opciones entre retener todos los derechos (todos los derechos reservados) y ceder todos los derechos (dominio público), y promueve lo que se conoce como “algunos derechos reservados” (creativecommons.org).






Tipos de licencias CreativeCommons	
	Reconocimiento (by) En cualquier explotación es necesario reconocer la autoría.
	Reconocimiento – No Comercial (by-nc) En cualquier explotación es necesario reconocer la autoría. Explotación limitada a usos no comerciales.
	Reconocimiento – No Comercial – Compartir Igual (by-nc-sa) En cualquier explotación es necesario reconocer la autoría. Explotación limitada a usos no comerciales. Se permite crear una obra derivada siempre que se mantenga la misma licencia.
	Reconocimiento – No Comercial – Sin Obra Derivada (by-nc-nd) En cualquier explotación es necesario reconocer la autoría. Explotación limitada a usos no comerciales. No se permite crear una obra derivada
	Reconocimiento – Compartir Igual (by-sa) En cualquier explotación es necesario reconocer la autoría. Se permite crear una obra derivada siempre que se mantenga la misma licencia
	Reconocimiento – Sin Obra Derivada (by-nd) En cualquier explotación es necesario reconocer la autoría. No se permite crear una obra derivada.

Tabla 3. Licencias CreativeCommons. Fuente: elaboración propia con información de la web Creative Commons.

Por lo tanto, en caso de querer utilizar obras de otros autores, se debe acceder a aquellas que se basan en el copyleft y muestren a través de las licencias de CreativeCommons de qué forma permiten hacer uso de la obra. En caso de querer utilizar imágenes con todos los derechos reservados, se debe contactar directamente con su autor para realizar una petición.

2.6.1. Ilustraciones en *Siéntate que te cuento*

Para el diseño, como se ha anunciado anteriormente, se ha contactado con Anna Salamaña, quien ha elaborado unos dibujos bajo petición exclusivos para el blog *Siéntate que te cuento* y sus respectivas redes sociales.

En cuanto a las entradas, se utilizan imágenes propias o imágenes cedidas por terceros tras una petición directa hacia sus autores (ver Anexo 1), ya que las imágenes deseadas no muestran ningún tipo de licencia CreativeCommons. Concretamente, los lunes, al tratarse de experiencias artísticas, se acude a imágenes cedidas por ilustradores como Moderna de Pueblo o Clarilou; en las experiencias vitales he decidido utilizar imágenes cedidas por Sara Herranz, de forma que siempre sea el mismo tipo de ilustración y que todas las entradas de los miércoles sigan una misma línea; y en las entradas de los viernes, excepto en alguna ocasión puntual, se presentan imágenes propias.

Por último, por lo que respecta a las redes sociales, los lunes, los miércoles y los viernes se publica una imagen empleada en la entrada del día en cuestión. Mientras que para el resto de días (martes, jueves, sábado y domingo), se ha contactado con Mr.Wonderful y T_Diary con tal de poder compartir sus imágenes.

3. Elaboración de un plan de comunicación online

El plan de comunicación online o “social media marketing” es definido como un

conjunto de aspectos que se deben tener en cuenta para la puesta en marcha de una estrategia de integración de redes sociales y acciones de marketing digital (Rojas y Redondo, 2013: 21).

El aspecto más importante que hay que considerar a la hora de elaborar el plan de comunicación online, que consta de cuatro fases explicadas a continuación, es que debe ser flexible, de forma que pueda ser desviado o rediseñado en cualquier momento, ya que al tratarse de comunicación en tiempo real con otras personas nuestro planteamiento se debe ir adaptando a ellas en la medida posible.

3.1. Fase de observación

La fase de observación se centra en indagar sobre la competencia y otros factores que permitan conocer el entorno en el que se encuentra un determinado proyecto con tal de determinar objetivos concretos (Rojas y Redondo, 2013).

Los autores Rojas y Redondo (2013) aconsejan tener en cuenta las cuatro *P* del marketing digital:

- Personalización: presentar un contenido que se ajuste a las necesidades de los usuarios, satisfaciendo al máximo sus expectativas.
- Participación: enfocar la estrategia en el *engagement*, es decir, “el compromiso, la fidelidad y la motivación que generas en tu audiencia a través de tus acciones en la red” (Rojas y Redondo, 2013: 34).
- *Peer to Peer*: ser conscientes de que personas tienden a fiarse más de las recomendaciones de amigos o conocidos que de la publicidad. Por lo tanto, es importante que el plan de social media marketing contenga acciones que promuevan las recomendaciones o las menciones de otras personas a través de las diferentes redes sociales.
- Predicciones modeladas: analizar el comportamiento de los usuarios en la red, tanto en blogs como en las redes sociales.

3.1.1. Fase de observación en *Siéntate que te cuento*

3.1.1.1. Análisis de la competencia

El estudio de la competencia, también conocido como *benchmarking*, consiste en analizar tanto el funcionamiento de otros blogs similares a *Siéntate que te cuento* como el uso que los mismos hacen de sus redes sociales. Siguiendo la recomendación de Rojas y Redondo (2013), se han escogido tres blogs con tal de elaborar dos tablas comparativas:

	<i>The Wanderings</i>	<i>Manual de una perfecta desconocida</i>	<i>Pienso en amarillo</i>
Dirección web	thewanderingsblog.com	manualdeunaperfectadesconocida.wordpress.com	piensoenamariillo.wordpress.com
Temática	Viajes y experiencias	Experiencias vitales	Reflexiones
Balance entre creatividad y usabilidad	Sencillo para el usuario pero poco creativo	Diseño muy sencillo para el usuario y visualmente agradable y cuidado	Sencillo, fácil y elegante
SEO	Clasificado por categorías. En las entradas hay títulos y subtítulos. Dominio propio	No tiene categorías. Etiquetas en cada entrada con las palabras clave	No tiene categorías. Etiquetas en cada entrada con las palabras clave
Elementos atractivos para el usuario	Diseño sencillo, claro y visualmente agradable	Visualmente agradable por los colores y las tipografías	Estilo y presentación del contenido (entradas no muy largas)
Regularidad	5 actualizaciones por mes aprox.	1 o 2 al mes	3 o 4 al mes

Tabla 4. Análisis de los blogs considerados competencia. Fuente: elaboración propia a partir de ítems de Rojas y Redondo (2013).

	The Wanderings	Manual de una perfecta desconocida	Pienso en amarillo
Redes sociales y seguidores	Facebook, 386 Twitter, 813 Google +, 74 Instagram, 285 Vimeo	Facebook, 90 Twitter, 96	Facebook: 103
Materia de contenidos	Perfil humanizado Anuncia actualizaciones del blog Publicaciones relacionadas con su tema	Perfil humanizado Anuncia actualizaciones del blog Publicaciones relacionadas con su tema	Anuncia actualizaciones del blog
Periodicidad	Diariamente	Al menos una vez a la semana	Cuando hay nuevas actualizaciones del blog
Usuarios	Facebook: algún comentario y aprox. 10 <i>likes</i> Twitter: entre 0 y 6 retweets Instagram: máximo 30 <i>likes</i>	Facebook: no comentarios y máximo 5 <i>likes</i> Twitter: prácticamente no interactúan los usuarios	Comentarios en el propio blog

Tabla 5. Tabla comparativa de las redes sociales de la competencia. Fuente: elaboración propia (datos consultados el 2/1/2015).

The Wanderings, *Manual de una perfecta desconocida* y *Pienso en amarillo* son considerados blogs de inspiración, ya que su análisis presente en las Tablas 4 y 5 y algún otro aspecto observado en ellos han permitido elaborar una lista de estrategias susceptibles a ser utilizadas:

- Resaltar palabras de la entrada.
- Apartado dedicado al autor del blog con foto propia.
- Blog sencillo pero cuidado.
- Clasificar las entradas por categorías.
- Entradas no demasiado largas.
- Usar las redes sociales con frecuencia y no únicamente el día en que se ha publicado una nueva entrada en el blog.
- Actualizar el blog con frecuencia y constancia.
- Escribir un pequeño texto adicional al anunciar una nueva entrada del blog en las redes sociales, no únicamente el título del post.

Además de estos ítems, el análisis de la competencia ha permitido observar que las redes sociales más comunes son Facebook y Twitter, sobre todo la primera, y que los usuarios de este tipo de blog no interactúan demasiado con comentarios y *likes* en redes sociales.

3.1.1.2. Inserción en la blogosfera

La blogosfera es una especie de comunidad con blogs similares al propio, tanto a nivel de temas como a nivel de experiencia. Rojas y Redondo (2013) afirman que es altamente recomendable tener conversaciones y establecer relación con otros miembros de la blogosfera construida, de forma que el blog propio y el resto se impulsen mutuamente mediante recomendaciones y comentarios, tanto en el blog como en las redes sociales.

La estrategia de crear una propia blogosfera se debe comenzar una vez el proyecto está encaminado, es decir, cuando ya lleva activo unos 15 días, con tal de que aquellos con los que se contacta puedan considerar que el blog pertenezca a su círculo. Además, una vez se entra en la dinámica de ir publicando en redes sociales es cuando se conoce a más personas con intereses similares y, por tanto, susceptibles a ser incluidos en la blogosfera. La idea es encontrar 7 u 8 blogs similares al propio con los que interactuar asiduamente, de forma que le promocionen y promocionarles.

Por lo que respecta a la blogosfera de la competencia, se ha observado que no tienen relación entre ellos. Sin embargo, cada uno tiene su

propia estrategia: *The Wanderings* interactúa con blogs relacionados con el suyo a través de menciones en Twitter (Imagen 9); *Manual de una perfecta desconocida* interactúa con otros blogs a través del propio blog, concretamente, mediante comentarios se nominan a premios con tal de promocionarse entre ellos (Imagen 10); *Pienso en amarillo* opta por relacionarse con otros blogs relacionados mediante comentarios en Facebook, ya que es su única red social (Imagen 11).



Imagen 9. Interacción de *The Wanderings* con blogs relacionados. Fuente: Twitter de @TheWandering_S.



Imagen 10. Interacción de *Manual de una perfecta desconocida* con blogs relacionados. Fuente: blog *Manual de una perfecta desconocida*.



Imagen 11. Interacción de Pienso en amarillo con blogs relacionados. Fuente: Facebook Pienso en amarillo.

3.1.1.3. DAFO

Las siglas DAFO corresponden a cuatro palabras que determinan el éxito o fracaso de un proyecto (Rojas y Redondo, 2013: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Esta etapa consiste en analizar los puntos fuertes y débiles tanto de las características internas del proyecto como de la situación externa (Rojas y Redondo, 2013).

- **Debilidades:**

Inexperiencia de llevar a cabo un blog y un plan de comunicación online.

Proyecto llevado a cabo por una sola persona.

Recursos y herramientas gratuitos debido a la ausencia de presupuesto.

Tiempo limitado y justo para poder ver resultados y hacer modificaciones en base a ellos.

Autora dedicada a otros proyectos paralelos.

Inicio del proyecto desde cero.

- **Fortalezas:**

Conocimiento de los intereses de los usuarios, al ser la propia autora seguidora de blogs similares..

Ganas y entusiasmo por llevar a cabo el proyecto.

Personas cercanas dispuestas a colaborar en la difusión del blog.

Conocimiento de redes sociales.

Conocimiento de diferentes ilustradores.

- **Amenazas:**

Creación de un blog personal al alcance de cualquier persona con acceso a Internet.

Mucha competencia en el sector de experiencias personales.

Otros blogs con más recursos económicos, humanos y/o experiencia.

- **Oportunidades:**

Presencia en diferentes redes sociales para llegar a más usuarios.

Fidelizar al usuario.

Crear comunidad con blogs similares para promocionar mutuamente.

Los blogs de experiencias suelen centrarse en viajes.

3.2. Fase operativa

La segunda fase, la operativa, se centra en diseñar las diferentes estrategias y acciones que se llevarán a cabo en el proyecto, tanto en el sitio web del blog como en sus respectivas redes sociales. Es necesario tener en cuenta que el tema de las estrategias no es rápido: ni de implementar ni en cuanto a la obtención de resultados (Rojas y redondo, 2013).

3.2.1. Fase operativa de *Siéntate que te cuento*

3.2.1.1. Metas y objetivos

Como afirman Rojas y Redondo (2013), tener metas y objetivos es esencial para que un plan funcione, por lo que hay que plantearse qué se quiere conseguir con la presencia en redes sociales. Es necesario saber que del cumplimiento de los objetivos dependerá la llegada a la meta.

En el caso de *Siéntate que te cuento* la meta es **realizar un proyecto web desde el principio**, conociendo los pasos necesarios para crearlo, diseñarlo, mantenerlo y sacar el mejor rendimiento posible. Para alcanzar esta meta, se han planteado diferentes objetivos:

Objetivo 1. Crear un blog que sea sólido y estable.

Objetivo 2. Vincular el blog de forma efectiva a las redes sociales, llegando a los 50 seguidores en cada una de ellas.

Objetivo 3. Obtener un tráfico de 70 visitas diarias durante la etapa final del proyecto.

Objetivo 4. Crear un vínculo con los usuarios y tener *feedback* con ellos.

Objetivo 5. Obtener un posicionamiento web en Google a partir de la búsqueda de “Siéntate que te cuento”.

Objetivo 6. Identificar el tipo de audiencia potencial.

3.2.1.2. Audiencia

La audiencia es

“tu público objetivo en la red; es decir, todos aquellos usuarios, estén en la red social que estén, a los que tu mensaje resultará más interesante y con el que posiblemente se sentirán más identificados” (Rojas y Redondo, 2013: 76).

Por lo tanto, la audiencia es el destino de nuestro mensaje y, por este motivo, es importante conocer sus preferencias y hábitos, de forma que el contenido les resulte interesante.

El hecho de que *Siéntate que te cuento* sea un blog de experiencias personales, limita el target en cuanto a edad, ya que se sentirán más identificadas las personas con una edad similar a la de la autora. Por lo tanto, el público objetivo es el joven-adulto, con todos los hábitos comunes que esto conlleva: estudiar y/o trabajar, enamorarse, ver películas y series, pasar tiempo con amigos, comer fuera de casa, acceder a actividades culturales... Sin embargo, el género no tendría por qué condicionar a la audiencia, ya que las experiencias tratadas engloban actividades propias de cualquier persona, independientemente de que sea hombre o mujer.

3.2.1.3. Redes sociales

No todas las redes sociales existentes sirven para lograr el objetivo de un proyecto determinado, por lo tanto, elegir aquellas más adecuadas para una determinada estrategia es un paso muy importante.

Existen dos tipos de redes sociales: las generales o generalistas, que no están asociadas a una temática concreta, y las profesionales, que como su propio nombre indica, son adecuadas para gestionar contactos profesionales (Rojas y Redondo, 2013).

Teniendo en cuenta estas definiciones, el primer filtro es descartar las redes sociales profesionales, como LinkedIn y Xing, y decantarse por las generalistas, que están “integradas por usuarios que quieren compartir, interactuar y relacionarse en la red” (Rojas y Redondo, 2013:

87). Seguidamente, se contemplan las diferentes posibilidades de redes sociales generalistas según Rojas y Redondo (2013):

- Facebook: es la red más extendida entre la población y, a pesar de ser considerada una red social de ocio, cada vez más negocios la usan como trampolín profesional y para hacer marca personal. En España, la edad de la mayoría de los usuarios es entre los 25 y los 55 años.
- Twitter: se ha popularizado mucho debido a su facilidad, la rapidez con la que se difunde la información en ella, y por permitir el contacto directo con otros usuarios. En España, la mayoría de usuarios de Twitter se sitúan entre los 25 y 45 años.
- Google + (Google Plus): es frecuentada mayoritariamente por hombres de 30-35 años interesados en las nuevas tecnologías.
- Tuenti: sus usuarios tienen de 14 a 25 años y suelen ser de Andalucía y la Comunidad de Madrid.
- YouTube y Vimeo: son redes sociales basadas en la publicación de vídeos.
- Pinterest: permite publicar contenido visual clasificado en tableros según la temática y es utilizada generalmente por mujeres de 25 a 45 años.
- Flickr: sus usuarios están especialmente interesados por la fotografía.

Tras observar las características de las diferentes opciones y teniendo en cuenta que “no es ni bueno ni malo estar en una ni estar en todas, sino más bien conveniente” (Rojas y Redondo, 2013: 90), se han escogido las redes sociales teniendo en cuenta el tiempo disponible y la utilidad del uso de cada una de ellas en el caso de *Siéntate que te cuento*. Por lo tanto, la elección de redes sociales es la siguiente:

- **Facebook**, ya que a pesar de sus contenidos no son leídos por ningún motor de búsqueda, ayuda a crear un sentimiento de comunidad. Concretamente,

“las interacciones que lleves a cabo allí, hechas de forma estratégica y coherente, te ayudarán a difundir tus contenidos de forma muy eficiente, a construir relaciones y a incrementar la visibilidad de tu marca, productos o servicios” (Rojas y Redondo, 2013: 99).

- **Twitter**, porque se trata de una

“excelente herramienta de posicionamiento orgánico, ya que funciona tanto para difundir tus propios contenidos, generando visitas a tu sitio, como para difundir los contenidos de los demás, lo que contribuye a la reciprocidad, que luego deriva en más menciones, y más reciprocidad, y así sucesivamente, convirtiéndose en una espiral positiva de repercusiones y visibilidad que no pasará desapercibida para Google” (Rojas y Redondo, 2013: 88-89).

- **Instagram**, que aunque los autores Rojas y Redondo (2013) no la incluyan como opción por un motivo desconocido, es una potente red social, situada en el V Estudio Anual de Redes Sociales de IAB como la sexta red social más conocida por los usuarios (64%).

Es importante atender a esta serie de consejos que recomiendan los autores Rojas y Redondo (2013) con tal de generar tráfico y atracción en redes sociales:

- Aportar valor con contenido útil y atractivo.
- Usar palabras claves y *hashtags* al publicar.
- Procurar que las promociones se conviertan en algo viral, es decir, conseguir que los usuarios compartan la información con otros usuarios, de forma que el contenido se extienda.
- No publicar demasiado como para que llegue a saturar pero ir haciéndolo regularmente.
- Publicar en los horarios más productivos de cada red social:
 - o Facebook: el mejor momento es a las 15h de los miércoles. Y en general son buenas las horas entre las 9h y las 16h todos los días laborables, pero las mejores son de 10h a 11h y de 19h a 20h.

- Twitter: sus usuarios se conectan más de lunes a jueves, y las mejores horas para publicar contenido es entre las 13h y 15h. Las peores horas son de lunes a jueves a partir de las 20h y los viernes a partir de las 15h.

3.2.1.4. Protocolo de comunicación

El protocolo de comunicación se refiere a la línea editorial de la estrategia, que consiste en definir una serie de aspectos en base al proyecto. Los ítems, aplicados en este caso a *Siéntate que te cuento*, son los siguientes (Rojas y Redondo, 2013):

- **Sentido del mensaje:** se transmiten diferentes experiencias con la intención de acercar al usuario a una visión íntima de diversos momentos de la vida.
- **Palabras clave** (palabras que se asocian a la marca): Experiencias, arte, vida, ocio.
- **Tono** (nivel de formalidad): el contenido y el mensaje son íntimos, por lo que las palabras tienen un tono totalmente coloquial, cercano y en confianza, ya que

“en un sitio web o un blog personal podemos escribir como si habláramos con un amigo. Esto da al sitio un tono informal que nos ayuda a conectar con los lectores: Se sentirán como si nos conocieran porque nos relacionamos con ellos cara a cara. Si escribimos como habláramos, se reflejará nuestra personalidad, algo que gusta a los usuarios y que hará que se conviertan en lectores regulares y puede que incluso envíen sus propios comentarios” (Michael, 2011: 169-170).

- **Uso de *hashtags* y emoticonos:** el uso de *hashtags* en Instagram y Twitter es oportuno, ya que se considera un elemento indispensable en las estrategias de comunicación de los agentes sociales. Concretamente,

“el *hashtag* (o etiqueta de metadatos) facilita las búsquedas en Internet creando áreas temáticas a través de una palabra o de una cadena de palabras. Su uso masivo en la Red genera tendencias

que marcan los temas de interés del momento” (Pujante Meseguer, 2013: 1).

Además, en las ocasiones que se considera oportuno también se utilizan emoticonos, con tal de seguir la línea de cercanía y coloquialismo. Es decir, como los usuarios usan emoticonos, el autor, que es igual a ellos, también los usa.

3.3. Fase de ejecución

La tercera fase es la de ejecución de la estrategia, es decir, la etapa en que se elabora un calendario con todas las acciones que se llevarán a cabo en el proyecto con tal de posicionar la marca (Rojas y redondo, 2013).

En primer lugar, hay que ser conscientes de que no hay un modelo de calendario fijo, sino que se tiene que adaptar a las propias necesidades. Además, Rojas y Redondo (2013) advierten que el calendario sufrirá cambios sobre la marcha debido a muchos factores, así que este debe ser flexible y hay que estar preparados para ello.

3.3.1. Fase de ejecución en *Siéntate que te cuento*

Se ha elaborado un calendario provisional que engloba los tres meses de actualizaciones de *Siéntate que te cuento*, tanto del blog como de las redes sociales (Figura 3) y, además, un cuadro específico del uso de las redes sociales (Figura 4), aplicando los consejos de horarios explicados anteriormente.

- Actualizaciones del blog
- Publicaciones en redes sociales
- Eventos puntuales
- Actividades a realizar

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
FEBRERO						1
2 ARTÍSTICAS: Anna Salamaña Anunciar entrada	3 Mr.wonderful "vencido el lunes, vencida la semana" Comer en El Rincón Manabita	4 Día mundial cáncer Mr.wonderful cáncer 10h VITALES: Carnaval Anunciar entrada	5 t-diary "free hugs"	6 DE OCIO: Restaurante sudamericano Anunciar entrada	7 Mr.wonderful "el finde se inventó para hacer..."	8 t-diary "happy" Demanoenmano en CCCB
9 ARTÍSTICAS: Jet Defrost Anunciar entrada	10 t-diary "keeping the fire burning"	11 VITALES: Amor Anunciar entrada	12 Mr.wonderful "que tu corazón lleve la voz cantante"	13 DE OCIO: Planes amorosos Anunciar entrada	14 San valentín Mr.wonderful "solo tengo ojos para ti"	15 Carnaval t-diary "hello" Datos tabla seguimiento
16 ARTÍSTICAS: Monstruo Espaguetti Anunciar entrada	17 t-diary "a real love"	18 VITALES: Amistad Anunciar entrada Iniciar blogosfera	19 Mr.wonderful "sonríe que la vida vuela"	20 DE OCIO: Series Anunciar entrada	21 t-diary "after party" Expo Pixar en Cosmocaixa	22 Monstruo Espaguetti "máscaras"
23 ARTÍSTICAS: Clarilou Anunciar entrada	24 t-diary "miss you"	25 VITALES: racionalidad e irracionalidad Anunciar entrada	26 t-diary "feelings vs. Reason"	27 DE OCIO: Demanoenmano Anunciar entrada	28 Mr.wonderful "cuando te mires al espejo..."	

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
MARZO						1 Clarilou “domingos de chapa...” Datos tabla seguimiento
2 ARTÍSTICAS: Alfonso casas Anunciar entrada	3 t-diary “waiting”	4 VITALES: Tópicos mujeres y hombres Anunciar entrada	5 t-diary “hot & cold”	6 DE OCIO: Juegos Anunciar entrada	7 Mr.wonderful “este finde desconecto”	8 t-diary “cinema Sunday”
9 ARTÍSTICAS: Conrad Roset Anunciar entrada	10 t-diary “I love you to the moon and back”	11 VITALES: Miedo Anunciar entrada	12 Mr.wonderful “buf voy a resoplar menos”	13 DE OCIO: Montaditos Anunciar entrada	14 t-diary “attitude”	15 Mr.wonderful “es domingo pero...” Datos tabla seguimiento
16 ARTÍSTICAS: Elodie Moreno Anunciar entrada	17 Mr.wonderful “es mucho mejor fallar en algo...”	18 VITALES: Familia Anunciar entrada	19 Día del padre Clarilou “día del padre”	20 DE OCIO: Cine Anunciar entrada	21 t-diary “drunk”	22 Mr.wonderful “los domingos...”
23 ARTÍSTICAS: Moderna de pueblo Anunciar entrada	24 Mr.wonderful “me gusta tu rollito”	25 VITALES: Universo Anunciar entrada	26 t-diary “the end of your world”	27 DE OCIO: Expo Pixar Anunciar entrada	28 Mr.wonderful “noches de desenfreno...”	29 t-diary “last night a dj...” Datos tabla seguimiento
30 Fiesta ARTÍSTICAS: Ardmad Anunciar entrada	31 Fiesta Jet Defrost “sorprendida”					

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
ABRIL		1 Fiesta Anunciar entrada	2 Fiesta Jet Defrost “al baño maría”	3 Fiesta t-diary “Friday”	4 Fiesta Mr.wonderful “hoy lo petamos”	5 Fiesta t-diary “hangover”
6 Fiesta (pascua) Mr.wonderful “este inicio de semana...”	7 t-diary “keys”	8 VITALES: Paso del tiempo Anunciar entrada	9 t-diary “feelings”	10 DE OCIO: Gym Anunciar entrada	11 t-diary “single”	12 t-diary “gym” Datos tabla seguimiento
13 ARTÍSTICAS: Amaia Arrazola Anunciar entrada	14 Monstruo espagueti “ratón en rueda”	15 VITALES: Trabajo y vida Anunciar entrada	16 t-diary “full moon”	17 DE OCIO: Cosas que hacer en Sant Jordi Anunciar entrada	18 Monstruo espagueti “series”	19 Mr-wonderful “no hay nada mejor que despertar un domingo...”
20 ARTÍSTICAS: Libros Anunciar entrada	21 t-diary “disenchanted princess”	22 VITALES: Amor Anunciar entrada	23 Sant Jordi Mr.wonderful “hoy más que nunca devora libros”	24 DE OCIO: Fever Anunciar entrada	25 t-diary “libro vs ebook”	26 Mr.wonderful “las mejores cosas de la vida...” Datos tabla seguimiento
27 ARTÍSTICAS: Aitor Saraiba Anunciar entrada	28 t-diary “reconciliation”	29 VITALES: Despedida Anunciar entrada	30 t-diary “happy together”			

Figura 3. Calendario provisional de actualizaciones de febrero, marzo y abril de 2015. Fuente: elaboración propia.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Facebook	10h: Anunciar entrada blog	10h: Publicar imagen seleccionada	10h: Anunciar entrada blog	10h: Publicar imagen seleccionada	10h: Anunciar entrada blog	10h: Publicar imagen seleccionada	10h: Publicar imagen seleccionada
Instagram	10h: Anunciar entrada blog Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Anunciar entrada blog Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Anunciar entrada blog Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada Interactuar con los usuarios y otros blogs
Twitter	10h: Anunciar entrada blog 13h - 15h: Pensamientos y/o comentarios propios Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada 13h - 15h: Pensamientos y/o comentarios propios Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Anunciar entrada blog 13h - 15h: Pensamientos y/o comentarios propios Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada 13h - 15h: Pensamientos y/o comentarios propios Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Anunciar entrada blog 13h - 15h: Pensamientos y/o comentarios propios Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada 13h - 15h: Pensamientos y/o comentarios propios Interactuar con los usuarios y otros blogs	10h: Publicar imagen seleccionada 13h - 15h: Pensamientos y/o comentarios propios Interactuar con los usuarios y otros blogs

Figura 4. Plan provisional del uso de las redes sociales de *Siéntate que te cuento*. Fuente: elaboración propia.

3.4. Fase de evaluación y control

La cuarta y última fase es la de evaluación y control, que consiste en controlar y medir los resultados que se obtienen al realizar determinadas acciones, con tal de poderlos evaluar y realizar correcciones en base a ellos (Rojas y Redondo, 2013).

Concretamente, se recomienda el uso de la herramienta Google Analytics, que analiza el tráfico de un sitio web y permite ver los resultados a su creador o creadores (y a quienes ellos permitan):

“cuántos usuarios lo han visitado, si lo han encontrado en los buscadores o si han hecho clic a través de otro sitio web, qué palabras emplean los que han localizado su sitio a través de los buscadores, cómo se han comportado una vez que estaban allí, etc.” (Michael, 2011: 290).

3.4.1. Fase de evaluación y control en *Siéntate que te cuento*

El seguimiento del blog *Siéntate que te cuento* se realiza a través de Google Analytics, con tal de llevar un buen control del sitio web y, de esta forma, poder localizar las partes exitosas para mantenerlas y las menos efectivas para mejorarlas. Cabe destacar que una vez se instala Google Analytics en un determinado sitio web “hay que esperar unas cuantas semanas, o puede que más, para que recopile suficientes datos y que sean útiles” (D. Michael, 2011: 292).

Se considera oportuno visitar Google Analytics diariamente para ir teniendo una idea de la cantidad de usuarios que lo visitan y su comportamiento. Sin embargo, se ha decidido que la anotación de datos se realice todos los miércoles, de forma que una vez finalizada la publicación de entradas se pueda ver la evolución global. Concretamente, los datos recogidos son el número de sesiones, la duración media de estas y el número de usuarios del blog (Tabla 6). Cabe destacar que, a pesar de estos datos anotados, una vez se pase a la fase de análisis y resultados, se podrá acceder a todos los datos completos de Google Analytics para sacar conclusiones más concretas.

Fecha	Sesiones	Duración media de la sesión	Usuarios
4 febrero 2015	192	02:02	128
11 febrero 2015	395	02:34	211
18 febrero 2015	505	02:16	242
25 febrero 2015	1.094	01:29	723
4 marzo 2015	1.466	01:19	983
11 marzo 2015	1.720	01:25	1.139
18 marzo 2015	1.972	01:21	1.305
25 marzo 2015	2.171	01:24	1.402
1 abril 2015	2.413	01:25	1.554
8 abril 2015	2.596	01:26	1.662
15 abril 2015	2.877	01:26	1.780
22 abril 2015	3.414	01:29	2.078
29 abril 2015	4.181	01:34	2.532
30 abril 2015	4.231	01:35	2.559

Tabla 6. Datos acumulativos de las sesiones, la duración media de la sesión y los usuarios del blog Siéntate que te cuento durante febrero, marzo y abril de 2015.

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, los miércoles también se anotan la cantidad de seguidores de las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter con tal de ver su evolución (Tabla 7). Sin embargo, una vez se pase a analizar los resultados, también se tendrán en cuenta los *likes* y la interacción de los usuarios.

Fecha	Facebook	Instagram	Twitter
4 febrero 2015	84	41	11
11 febrero 2015	96	62	14
18 febrero 2015	107	78	18
25 febrero 2015	114	93	18
4 marzo 2015	119	118	19
11 marzo 2015	140	146	21
18 marzo 2015	153	171	21
25 marzo 2015	153	195	22
1 abril 2015	163	239	22
8 abril 2015	188	302	29
15 abril 2015	206	342	37
22 abril 2015	228	379	38
29 abril 2015	239	412	39
30 abril 2015	242	425	39

Tabla 7. Datos acumulativos de los seguidores de las redes sociales del blog Siéntate que te cuento durante febrero, marzo y abril de 2015. Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

Tras poner en práctica durante febrero, marzo y abril de 2015 el plan de publicaciones del blog *Siéntate que te cuento* y sus respectivas redes sociales preparado en la fase de ejecución, se han recopilado una serie de datos e informaciones con tal de analizar los resultados obtenidos. Cabe destacar que todos los datos, a menos que se indique lo contrario, corresponden a los meses en que el blog estaba activo.

4.1. Uso de Weebly

La plataforma escogida para este proyecto ha sido un acierto, ya que ha permitido tener el diseño esperado y ha sido sencillo de utilizar, tanto para el creador a la hora de publicar entradas y realizar modificaciones como para el usuario. Por lo tanto, se ha conseguido un buen balance entre creatividad y usabilidad.

Por otro lado, como se ha explicado en el apartado dedicado a la estrategia SEO, Weebly facilita al creador del blog conseguir una buena optimización: como estaba previsto, cada entrada tiene su propia URL descriptiva, se ha clasificado en una categoría (experiencias artísticas, vitales o de ocio) y ha tenido su propio título y descripción SEO (ver Anexo 2).

Además, esta plataforma permite una óptima visibilidad desde dispositivos móviles, a pesar de crearse automáticamente y no permitir modificarla de forma libre, ya que se modifica también la versión de ordenador, quedando esta descuadrada. Por lo tanto, simplemente se ha ido comprobando en la versión móvil que las entradas se mostraran de forma correcta.

Por último, el aspecto más negativo de la plataforma Weebly es que se modifica sola la fecha de las entradas. Por ejemplo, la entrada dedicada a Clarilou fue publicada el lunes 23 de febrero de 2015 y consta como publicada el sábado 28 de febrero de 2015. Esto sucede solo en algunas ocasiones y no ha provocado ningún contratiempo considerable. El efecto negativo que esto causa es que, a pesar de haber seguido un orden en cuanto a experiencias (artísticas, vitales y de ocio), al visionar la página web completa algunas de ellas quedan desordenadas.

4.2. Contenido del blog

Finalmente se han publicado un total de 35 entradas (ver Anexo 3 o www.sientatequetecuento.weebly.com) y los temas tratados han sufrido cambios respecto a los ideados en el calendario de partida. El principal motivo ha sido la inspiración: al tratarse de reflexiones y escritos personales, se ha considerado más oportuno modificar el calendario que forzar la inspiración (excepto en entradas de fechas señaladas como San Valentín o Sant Jordi). Por ejemplo, había prevista una entrada sobre el universo, pero durante estos tres meses este tema no me ha inspirado lo suficiente como para crear un buen escrito, por lo que se ha suprimido y substituido por otro sobre la importancia de las cosas. El archivo final del blog ha sido el siguiente:

Experiencias artísticas	Experiencias vitales	Experiencias de ocio
Shugorin	Carnaval	Restaurante sudamericano
Jet Defrost	Citas sobre amor	Planes amorosos
Monstruo Espagueti	Amistad	Películas
Clarilou	Racionalidad/irracionalidad	Mercadillos Barcelona
Alfonso Casas	Tópicos	Juegos
Charuca	Miedo	100 montaditos
Hello moreno	Vida	Exposición Pixar
Moderna de Pueblo y Las Rayadas	Inmersión	Primavera
Aitor Saraiba	Importancia de las cosas	Series
Popurrí de ilustradores	Citas sobre vida	Photocall.cat
Libros	Amor	Cine
T_diary	Despedida	

Tabla 8. Archivo del blog Siéntate que te cuento clasificado por categorías y en orden cronológico. Fuente: elaboración propia.

Cabe destacar que, a la hora de tratar estos temas, se han aplicado varios ítems de los aconsejados por Rojas y Redondo (2013) en el apartado de temática: Análisis (*5 libros para Sant Jordi*), megalistas (*10 citas sobre el amor que te harán reflexionar; 9 citas sobre la vida que no te dejarán indiferente...*), Entrevistas (*Jet Defrost y sus dibujo-chist; T_Diary simple y directo...*), case studie (*Lo que el cine nos enseña*), historias negativas (*9 verdades que nos cuesta admitir – Clarilou; 12 piedras con las que tropezamos – Alfonso Casas...*), noticias novedosas (*Exposición – Pixar, 25 años de animación; Segundas oportunidades – Mercadillos Barcelona*) y los “cómo” (*¿Cómo sería el mundo sin miedo?*).

En cuanto a imágenes presentes en las entradas del blog, finalmente se han utilizado un total de 289. Como se puede observar en el Gráfico 1, la mayoría de ellas son imágenes cedidas. Esto es debido a que el 100% de las imágenes utilizadas en las entradas de experiencias artísticas y vitales (Gráfico 2) son cedidas, como era previsto: en experiencias artísticas constan las imágenes (217) de los ilustradores a los que se les dedica una determinada entrada y en el caso de experiencias vitales todas son imágenes (12) de Sara Herranz para seguir una misma línea. Sin embargo, en las experiencias de ocio (Gráfico 3) se han utilizado imágenes propias (48), excepto en alguna ocasión puntual, que se han utilizado imágenes cedidas (7) y creadas ad hoc por Anna Salamaña (1).

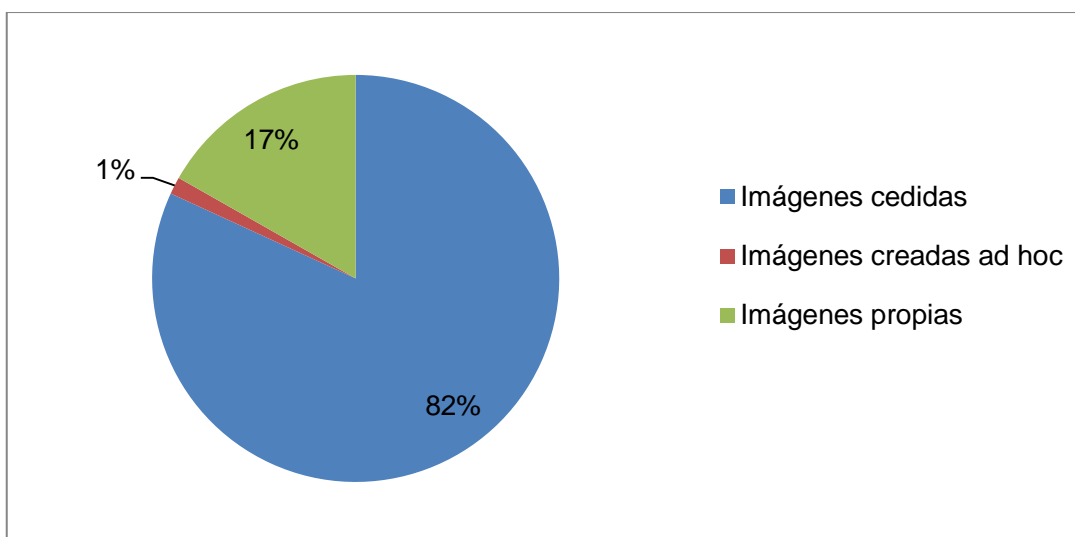


Gráfico 1. Origen de las imágenes utilizadas en las entradas del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: elaboración propia.

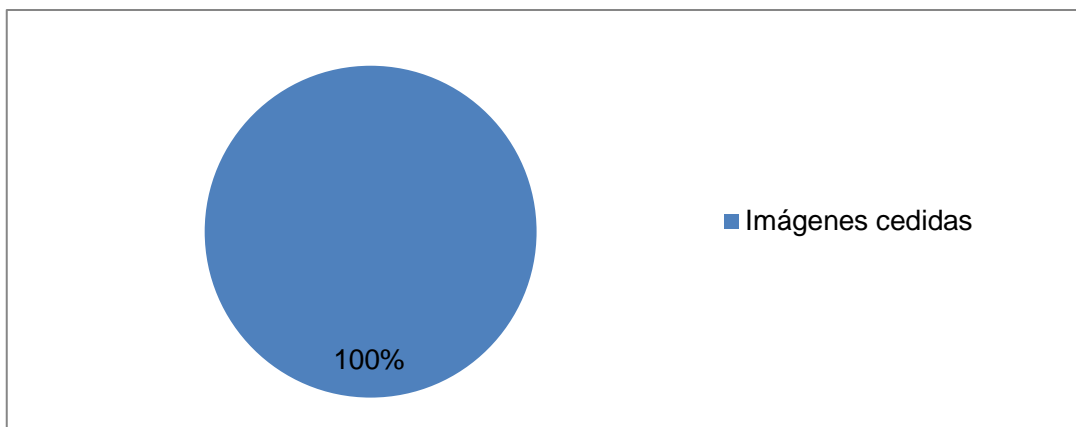


Gráfico 2. Origen de las imágenes utilizadas en las entradas de experiencias artísticas y vitales. Fuente: elaboración propia.

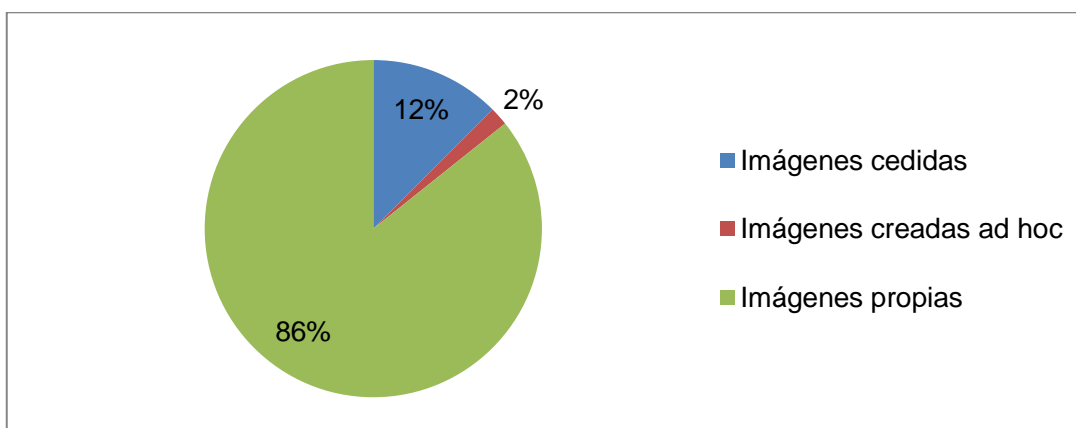


Gráfico 3. Origen de las imágenes utilizadas en las entradas de experiencias de ocio. Fuente: elaboración propia.

4.3. Analítica web

Como se anunció en la fase de evaluación y control, se ha hecho uso de Google Analytics con tal de obtener datos significativos sobre la puesta en práctica del blog *Siéntate que te cuento* durante febrero, marzo y abril de 2015.

4.3.1. Sesiones

Google Analytics (2015) define una sesión como el periodo en el que un usuario interactúa con el sitio web determinado y, teniendo en cuenta esto, sitúa el número total de sesiones del blog *Siéntate que te cuento* durante febrero, marzo y abril de 2015 en 4.231.

La **vista general del número de sesiones** (Gráfico 4), muestra que se ha producido una evolución a lo largo de los tres meses: marzo, con 1.189, supera a febrero mínimamente, ya que este consta de 1.173 visitas. Sin embargo, la evolución que presenta el número de sesiones de abril respecto a las anteriores es más notoria, ya que se sitúa en las 1.869 sesiones. Esto es debido a que los datos corresponden a los tres primeros meses del blog, que como todo proyecto necesita varias semanas para consolidarse y obtener buenos resultados. Por lo tanto, a pesar de la poca evolución entre febrero y marzo, la evolución presente en abril indica que el blog *Siéntate que te cuento*, una vez asentados los cimientos, se estaba fortaleciendo.

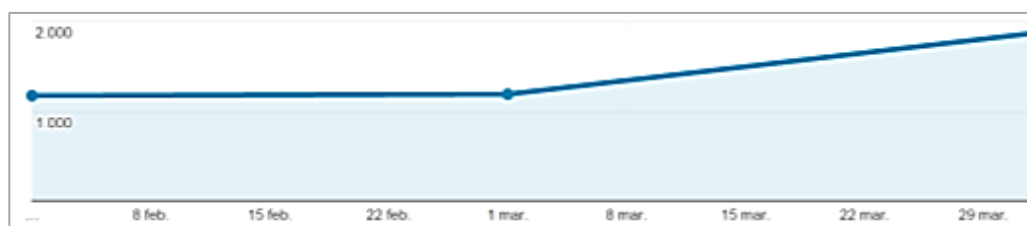


Gráfico 4. Sesiones mensuales del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

Prestando atención a la evolución de las **sesiones por semanas** (Gráfico 5), se observa que a partir de la primera fue disminuyendo el número de sesiones, llegando a las 96 la semana del 15 de febrero. El motivo de este bajón es debido a que durante esta semana se llevó a cabo el blog y sus redes sociales desde Londres con limitaciones en Internet, por lo que no se pudo realizar la labor de expansión ni de mantenimiento de las redes sociales de la forma habitual. Seguidamente, se encuentra el aumento de sesiones más abrupto del

proyecto, ya que se pasa de la semana con menos sesiones a la semana con más (624), que se debe a la gran cantidad de visitas que recibió la entrada dedicada a Clarilou. Tras esta extraordinaria subida, las sesiones fueron disminuyendo paulatinamente hasta la semana del 29 de marzo (279), que aumentaron debido a la decisión acertada de aprovechar las vacaciones de Semana Santa a recordar entradas pasadas en lugar de publicar nuevas y dedicar todos los esfuerzos a la expansión de *Siéntate que te cuento* a través de las redes sociales. Después de este pequeño empujón, las sesiones disminuyeron una semana y comenzaron a subir sin parar hasta el fin del proyecto. Como se ha comentado anteriormente, el aumento constante de sesiones durante estas últimas cuatro semanas (la última con 579) muestran que el proyecto comenzaba a consolidarse.

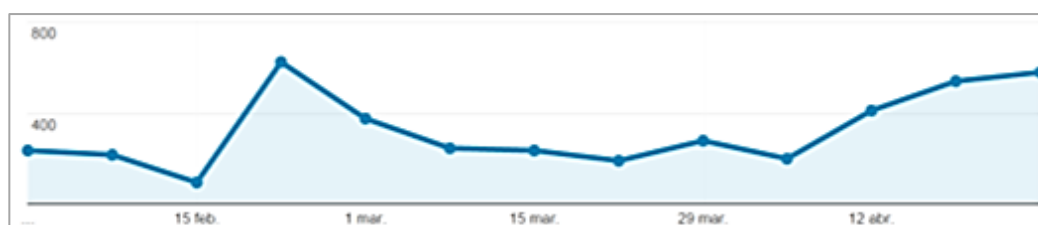


Gráfico 5. Sesiones semanales del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

Por otro lado, tras la observación del gráfico de las **sesiones diarias** (Gráfico 6), se destacan cuatro fechas concretas: el 2 de febrero se obtuvieron 118 sesiones por ser el primer día de publicación y poner en marcha las redes sociales, por lo que la gente sentía curiosidad; el 23 de febrero se llegó al número más alto de sesiones en un mismo día (370), debido a que la artista Clarilou, a quién se dedicó la entrada, compartió el enlace en su Facebook, donde tiene más de 5.000 seguidores; el 4 de marzo se optó por compartir el enlace del blog en las redes sociales propias, logrando así 154 sesiones; y, por último, es necesario señalar la última quincena de abril, ya que todos los días con nueva visita en el blog han superado las 70 visitas diarias (Gráfico 7).

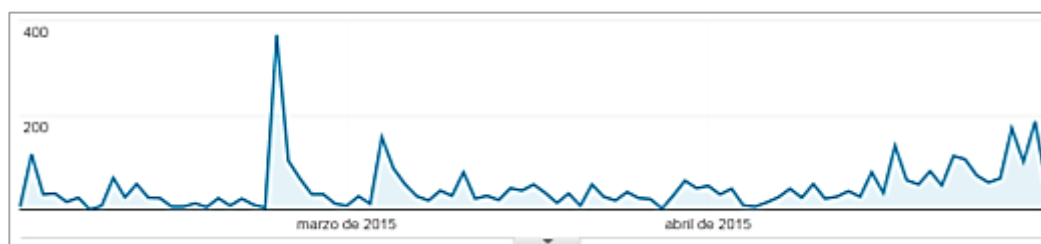


Gráfico 6. Sesiones diarias del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.



Gráfico 7. Sesiones diarias del blog *Siéntate que te cuento* durante la última quincena de abril de 2015. Fuente: Google Analytics.

Clasificar el **número de sesiones según el día de la semana** (Gráfico 8) ha permitido sacar diversas conclusiones: los lunes y los miércoles, días en que se publica una nueva entrada en el blog, son los que más visitas reciben. Sin embargo, el tercer día de publicación de una nueva entrada, es decir, los viernes, recibe el mismo porcentaje de visitas que los martes (13%) sin presentar nuevo contenido, cosa que indica que los viernes no son el día más idóneo para publicar contenido. Por otro lado, el bajo porcentaje de sesiones de los sábados y los domingos es debido a la ausencia de promoción del blog durante los primeros fines de semana de proyecto. El hecho de visitar regularmente Google Analytics permitió observar que durante estos dos días no se superaban las 13 visitas, cosa que se corrigió con una nueva estrategia de publicación en Facebook que incluía los sábados (ver Resultados 4.4.1.) y, además, con la decisión de compartir la mayoría de domingos una de las entradas del blog en el Facebook personal, llegando a obtener 67 visitas.

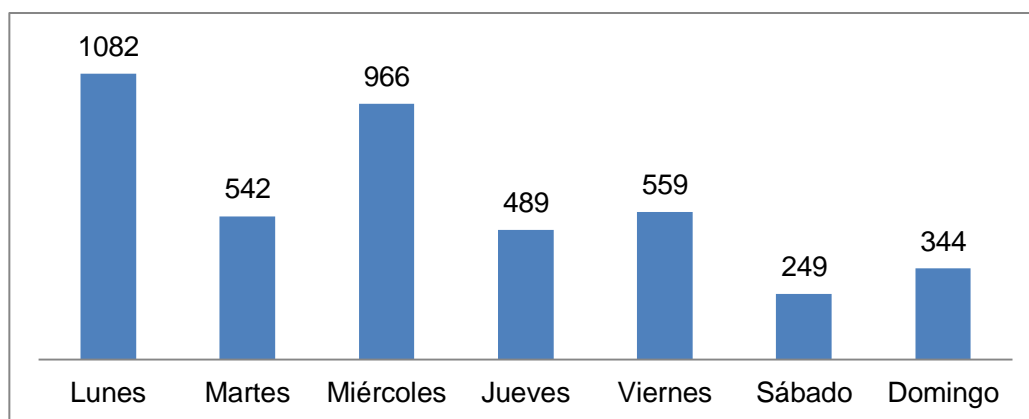


Gráfico 8. Sesiones según el día de la semana. Fuente: elaboración propia con información de Google Analytics.

Por último, es necesario señalar que **15 días después** de dar por finalizado el proyecto, es decir, la actualización del blog y sus respectivas redes sociales, *Siéntate que te cuento* continúa recibiendo visitas, incluso más que las recibidas durante las primeras semanas del proyecto, cosa que demuestra su consolidación. Concretamente, durante la primera quincena de abril, a pesar de la ausencia de actualizaciones y promoción del blog en las redes sociales, se han recibido 388 sesiones (Gráfico 9).



Gráfico 9. Sesiones diarias del blog *Siéntate que te cuento* durante los 15 días posteriores a la finalización del proyecto. Fuente: Google Analytics.

4.3.2. Usuarios

Los usuarios, definidos en Google Analytics como las personas que han abierto mínimo una sesión durante la duración del proyecto, suman un total de 2.559. Como se puede observar en el Gráfico 10, la curva es muy similar a la de sesiones, por lo que la conclusión es la misma: el número de usuarios ha aumentado notoriamente a partir del segundo mes (de 805 a 1.129), una vez el proyecto se comenzó a consolidar.

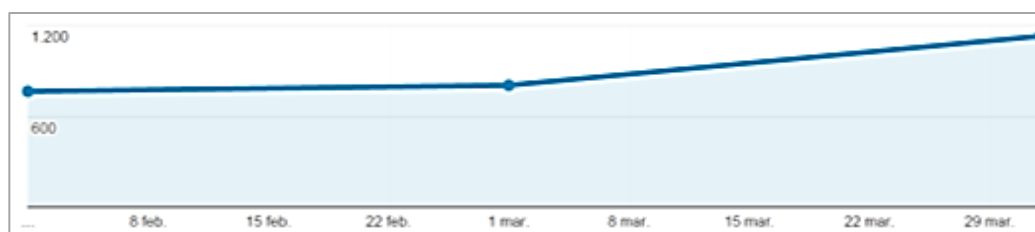


Gráfico 10. Usuarios mensuales del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

En cuanto a las **características de los usuarios**, cabe destacar que el 33,5% de ellos tienen entre 25 y 34 años, seguidos por la franja de edad 18-24 y la de 35-44 (Gráfico 11). Estos datos confirman el acierto del target al que iba destinado el contenido del blog: joven-adulto. Por otro lado, en cuanto a sexo, según la información obtenida por Google Analytics, el 54,15% de los usuarios del blog han sido hombres (Gráfico 12). Sin embargo, este porcentaje tan igualado indica lo planeado al determinar el target del blog: el contenido no distingue entre géneros, ya que se exponen experiencias que pueden ser vividas tanto por hombres como por mujeres.

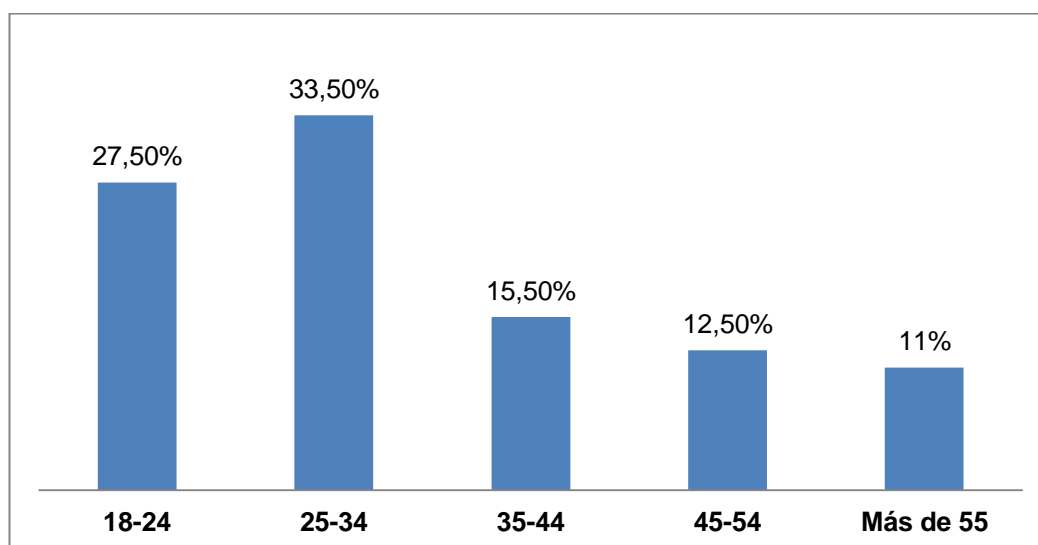


Gráfico 11. Edades de los usuarios de *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

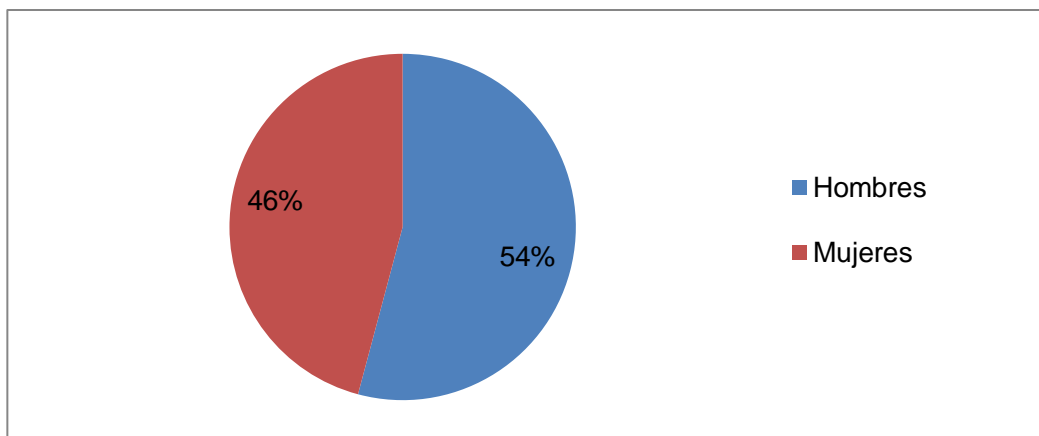


Gráfico 12. Usuarios del blog *Siéntate que te cuento* clasificados por género. Fuente: elaboración propia con información de Google Analytics.

4.3.2.1. Comportamiento de los usuarios

Como se puede observar en el Gráfico 13, más de la mitad de las sesiones (2.549) son por parte de **nuevos usuarios**, superando, por lo tanto, a la cantidad de sesiones de usuarios que han visitado el blog más de una vez (1.682). Estos datos muestran que se ha realizado una buena labor de expansión del blog, ya que continuamente se han recibido nuevos usuarios, y, además, que se ha conseguido fidelizar al 40% de ellos.

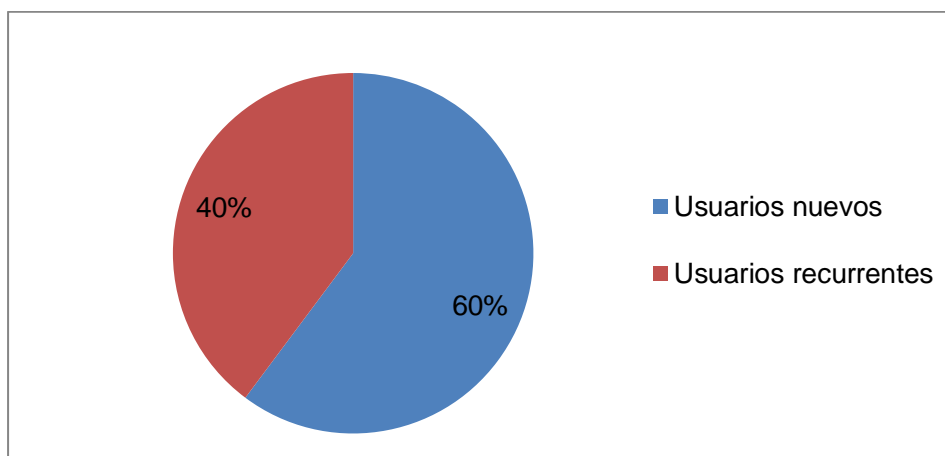


Gráfico 13. Usuarios nuevos y usuarios recurrentes del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: elaboración propia con información de Google Analytics.

La media de rebote, que corresponde al **porcentaje de visitas** a una sola página sin interactuar con ella (Google Analytics), ha sido un 77%. Como se puede observar en el Gráfico 14, el porcentaje ha bajado a partir del segundo mes, llegando a un 73,89% en abril. Esto indica que

una vez consolidado el blog, son cada vez más los usuarios que optan por interactuar. Sin embargo, hay dos posibles motivos del elevado porcentaje de rebote: en primer lugar, durante los dos primeros meses los usuarios comentaban el contenido del blog a través de las redes sociales. Al observar este hábito y teniendo en cuenta que los comentarios en el blog son considerados nuevo contenido por los robots de Google, a partir de abril se procuró que los usuarios más cercanos comenzaran a realizar los comentarios en el propio blog en lugar de en las redes sociales y, de esta forma, incitar al resto de visitantes a hacerlo. El segundo motivo es debido a un fallo al diseñar el blog, ya que se optó seleccionar la visión de 25 entradas por página, de forma que los usuarios que accedían al blog a través del enlace principal podían leer la mayor parte de las entradas sin necesidad de interactuar, únicamente deslizándose hacia abajo. Este error fue percibido a principios de abril, por lo que se optó por limitar la vista a tres entradas por página, de forma que el usuario no se saturara por un exceso de información y fuera él mismo quien diera el paso a seguir visualizando entradas. Este último motivo también puede ser la causa del elevado porcentaje de abandonos (65,62%), que también ha disminuido a partir de abril (Gráfico 15), ya que la mayoría de visitas se han realizado a través de la página principal (1.855), a partir de la cual, durante febrero y marzo, se han podido leer todas las entradas sin acceder a otra página, es decir, sin interactuar. Por lo tanto, los usuarios pueden haber accedido a todo el contenido de una sola vez y que Google Analytics lo haya identificado como un abandono en la primera página vista.

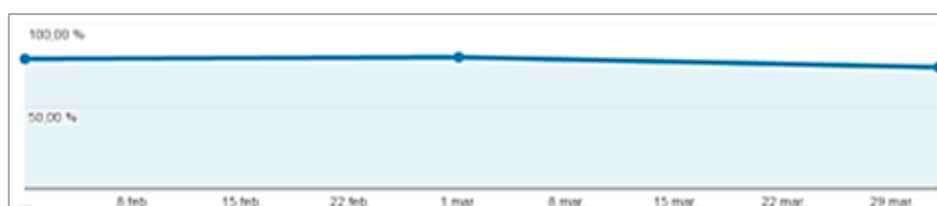


Gráfico 14. Porcentaje de rebote del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

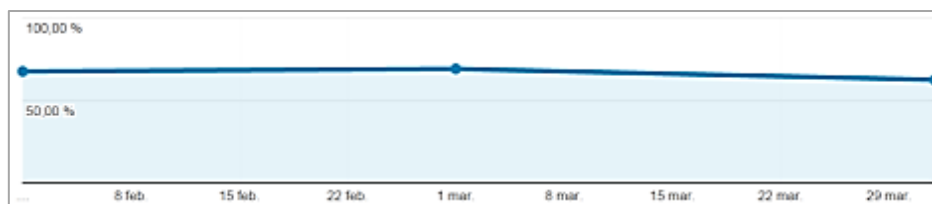


Gráfico 15. Porcentaje de salidas del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

Por otro lado, como se puede observar en el Gráfico 16, la duración máxima (02:45) se consigue en la segunda semana del proyecto, debido a la posible curiosidad de los usuarios que consideran el blog una novedad. El resto de semanas, por lo general, la **duración media de la sesión** ha oscilado entre 1 y 2 minutos, situando la media total en 01:35. Cabe destacar que durante las dos últimas semanas del proyecto, en las que el blog se ha consolidado, el tiempo medio ha subido y se ha mantenido al borde de los dos minutos.

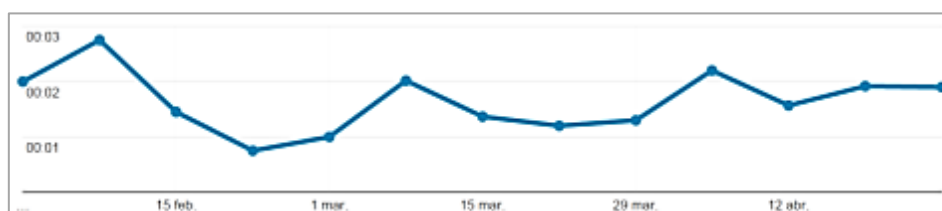


Gráfico 16. Duración media de la sesión del blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

Por otro lado, con un total de 6.448 **páginas vistas**, la que más visitas ha recibido ha sido la página principal, con 1.855 (28,77%), mientras que la página “quien hay detrás de todo esto” ocupa el séptimo puesto del ranking (ver Anexo 4), con 137 visitas. Por lo que respecta a las entradas, las 5 más vistas según los datos recogidos el 30 de abril de 2015 son las siguientes:

Puesto	Entrada	Visitas
1	Clarilou	666
2	Tópicos	317
3	Sant Jordi	226
4	Mercadillos Barcelona	216
5	Shugorin	182

Tabla 9. Ranking de las 5 páginas más visitadas del blog Siéntate que te cuento. Fuente: elaboración propia con información de Google Analytics.

La información que aporta este ranking (Tabla 9) lleva de nuevo a la conclusión de que la promoción es esencial para conseguir visitas: Clarilou compartió el enlace en su Facebook, que como se ha anunciado anteriormente, consta de más de 5.000 seguidores; la entrada sobre tópicos innecesarios y la dedicada al día de Sant Jordi fueron las más compartidas por los usuarios; Mercadillos Barcelona se compartió mediante un comentario en un evento de página de Facebook de Demanoenmano, de forma que los seguidores pudieran acceder a una opinión sobre dicho mercadillo; y, por último, la entrada dedicada a Shugorin fue compartida por ella a través de Facebook, Twitter e Instagram.

Al dividir las **visitas por categorías** a las que pertenecen las entradas (Gráfico 17), se observa que las más vistas han sido las experiencias artísticas, seguidas por las vitales y, por último, las de ocio. El resultado en cuanto a visitas de las entradas artísticas (42%) demuestra que el hecho de centrar las entradas en el tema de las ilustraciones ha sido un éxito. Esto puede ser debido a la mezcla de artistas principiantes y conocidos, de forma que los usuarios podían ampliar su lista de ilustradores favoritos y saber más sobre aquellos que ya conocía. En caso de que el proyecto siguiera adelante, se procuraría tratar artistas que estuvieran dispuestos a compartir la entrada en sus redes sociales, ya que este hecho provoca muchas visitas. Por otro lado, las experiencias vitales han recibido un 37%, ya que, al tratarse de temas muy generales sobre la vida, cualquier persona puede estar dispuesta a

leer y reflexionar sobre ellos. Además, es posible que el hecho de ser tratados desde una perspectiva personal haya causado cierto morbo. Y, por último, las experiencias de ocio, con un 21% de las visitas y la desventaja de contener una entrada menos que el resto de categorías (11 en lugar de 12), han sido las menos visitadas posiblemente por dos factores: se han publicado los viernes, día crítico en cuanto a seguir con cualquier rutina, incluida la de visitar un blog, y el poco interés de los usuarios por alguno de los temas tratados, como por ejemplo los gustos personales en cuanto a series o películas y sitios concretos como El Rincón Manabita, por lo que se optaría por evitar entradas de este tipo.

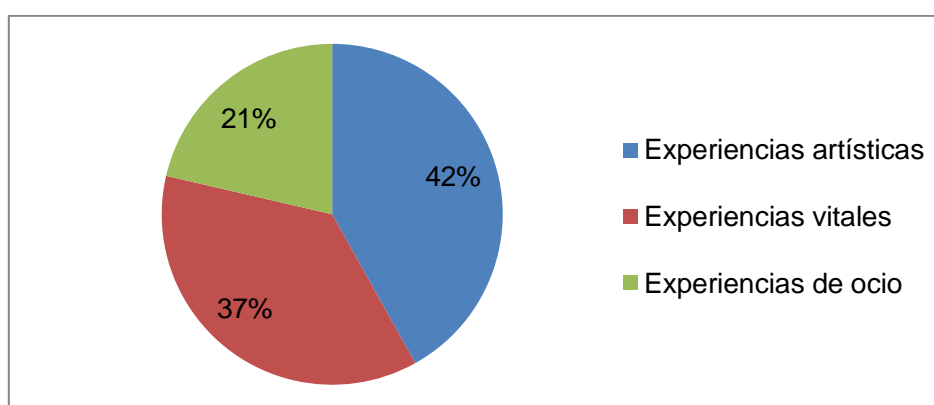


Gráfico 17. Visitas divididas por categorías. Fuente: elaboración propia.

4.3.3. Acceso al blog

4.3.3.1. Origen de las visitas

El origen de las visitas permite observar, una vez más, el poder de las redes sociales y de la red en general: el blog *Siéntate que te cuento* ha llegado a un gran número de países en tres meses (Imagen 12). Sin embargo, a pesar de haber llegado a lugares como EEUU, Reino Unido y China, la mayor parte de visitas han sido desde España (84,19%), concretamente de Barcelona y alrededores, por proximidad. Por lo tanto, es una buena opción centrarse en ilustradores españoles y, sobre todo, centrar las experiencias de ocio en el entorno de Barcelona.

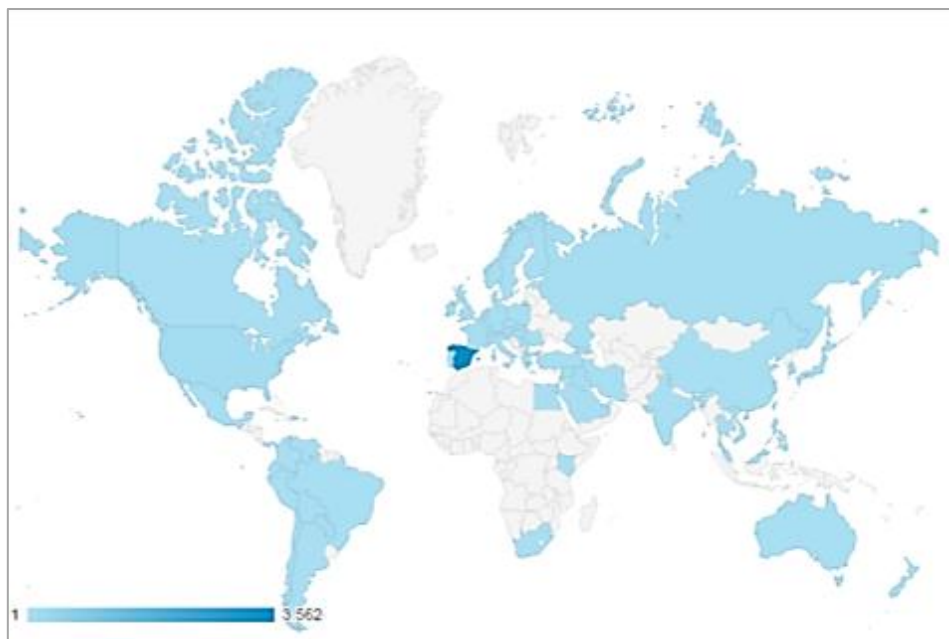


Imagen 12. Mapa que muestra los países desde los cuales se ha accedido al blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: Google Analytics.

4.3.3.2. Plataformas de acceso

Los usuarios han accedido más al blog a través de dispositivos móviles en general (Android e iOS) que desde un ordenador (Windows y Mac):

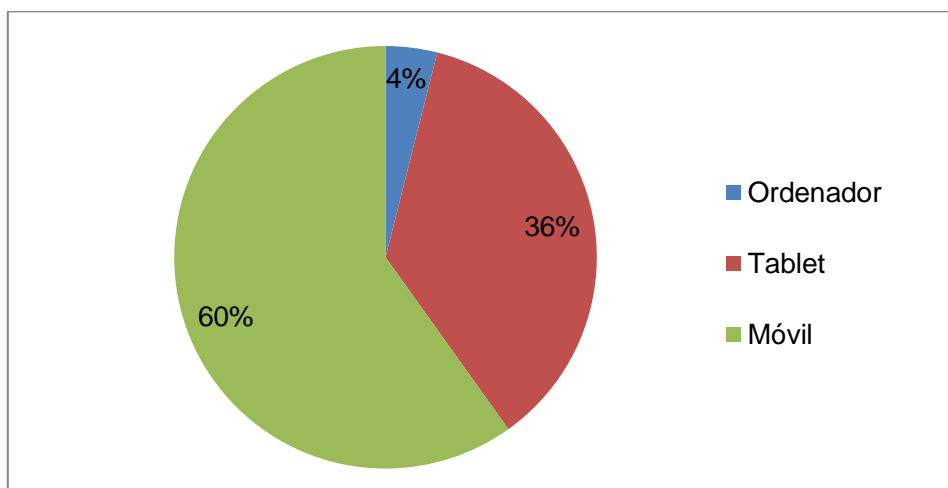


Gráfico 18. Plataformas de acceso al blog (febrero – abril 2015). Fuente: elaboración propia.

La información presente en el Gráfico 18 sobre las plataformas sirve para que, en caso de que el blog continuara, se tuviera en cuenta que la versión móvil es la más vista. Por lo que se pondría mucho cuidado en ella y en presentar el contenido de la forma más visual posible, como

por ejemplo, otorgando un mayor peso a las citas, ya que en el móvil son más visuales que vistas desde ordenador:

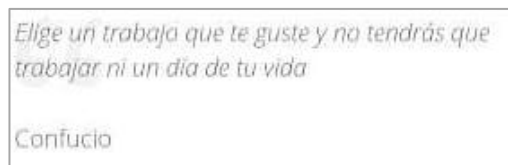


Imagen 13. Visión de una cita en la versión móvil. Fuente: blog Siéntate que te cuento.

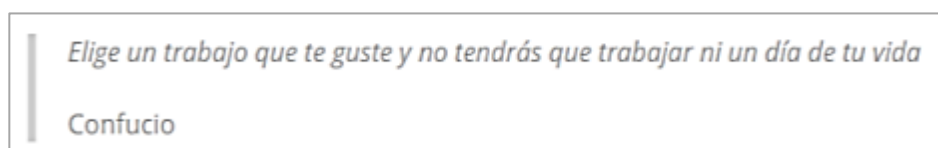
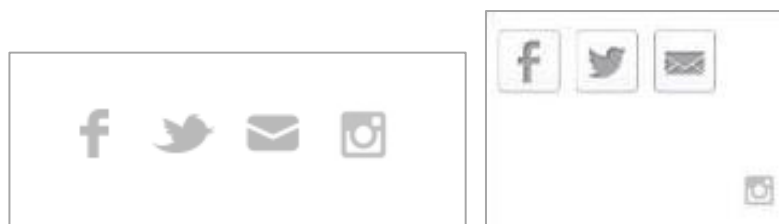


Imagen 14. Visión de una cita a través de la versión de ordenador. Fuente: blog Siéntate que te cuento.

Además, como el blog se ha actualizado y modificado desde ordenador, desde un principio se dio prioridad a su buena visibilidad en esta plataforma. Concretamente, esto ha sucedido en los botones de enlace a las redes sociales del blog: Weebly no tiene como opción vincular Instagram, por lo que se optó por crearlo como una imagen del mismo estilo que el resto de iconos y añadiendo el vínculo de forma manual. El resultado en la versión de ordenador (Imagen 15) es diferente al de la versión móvil (Imagen 16), quedando descuadrado en esta última. Por lo tanto, tras observar que la mayoría de usuarios visualizan la versión móvil, se optaría por lograr que el icono de Instagram encajara a la perfección. Sin embargo, tampoco se debería optar por priorizar la versión móvil porque en esta las sesiones duran 56" de media y tienen un 80,7% de media de rebotes, mientras que las visitas de la versión web duran 2,25' y tienen un 73,7% de rebote. Esta información indica que a pesar de recibir menos visitas en la versión web, estas son más duraderas y donde los usuarios interactúan más, uno de los principales objetivos del blog.



Imágenes 15 y 16. Enlace a las redes sociales de Siéntate que te cuento desde la versión web y la versión móvil, respectivamente. Fuente: blog Siéntate que te cuento.

4.3.3.3. Modo de acceso

Como se puede observar en el Gráfico 19, el modo de acceso principal al blog *Siéntate que te cuento* ha sido el **Social**, es decir, a través de las redes sociales. Esto indica de forma clara el enorme poder que han tenido las redes sociales en este proyecto, ya que han aportado el 59% de las visitas. Cabe destacar que dentro del apartado Social únicamente se encuentran Facebook, que ha sido la más potente al aportar el 97,6%, y Twitter. Por lo que respecta a Instagram, Google Analytics no la ha considerado en el análisis debido a que, como se comentará en apartados posteriores, esta red social no permite presentar el enlace hecho de manera que el usuario pueda acceder a él mediante un clic. Por lo tanto, es posible que la mayoría del porcentaje perteneciente al modo de acceso llamado **Direct** (28%), sean a partir de usuarios que han descubierto el enlace a través de Instagram.

Por otro lado, también se han obtenido visitas a través de **enlaces entrantes** (Referral) y mediante la **búsqueda en Google** (Organic search), aunque de forma minoritaria (8% y 5%, respectivamente). Cabe destacar que Google Analytics no indica de qué páginas provienen los enlaces entrantes, pero se ha observado que alrededor del 30% son spam.

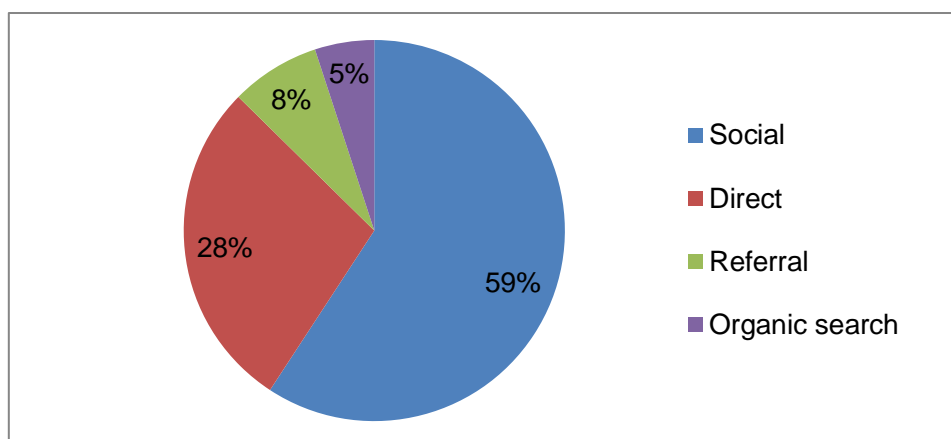


Gráfico 19. Modo de acceso al blog *Siéntate que te cuento*. Fuente: elaboración propia con información de Google Analytics.

4.4. Redes sociales

Como se ha explicado en apartados anteriores, la promoción es esencial para dar vitalidad a un sitio web. En el caso del blog *Siéntate que te cuento*, las redes sociales han permitido en primer lugar, dar a conocer un proyecto que partía desde cero, y en segundo lugar, fidelizar a los usuarios.

Además, también estaba previsto crear una propia blogosfera a partir de las redes sociales. Para ello, se han ido observando blogs con temas similares a los propios y sus respectivas redes sociales, para saber a través de cuál de ellas interactuar. Sin embargo, esto no ha sido tan fácil debido a la inexperiencia en esta labor, la falta de tiempo y a la escasez de blogs iniciales que fueran constantes y activos en las redes sociales.

4.4.1. Facebook

Facebook ha sido la red social que más **ha favorecido la entrada de visitas al blog**, ya que los seguidores han sido informados de cada nueva entrada mediante una publicación a las 10 a.m. del mismo día y otra a las 8 p.m. del día siguiente (contenido completo en Facebook: *Siéntate que te cuento*).

Como se puede observar en el Gráfico 20, cada semana los **seguidores** en Facebook han ido aumentando. Cabe destacar que las subidas más bruscas de seguidores se deben a la promoción de dicha página a través del Facebook personal (del 5 al 11 de marzo) y al hecho de haber potenciado las redes sociales en el parón de Semana Santa (Imagen 17).

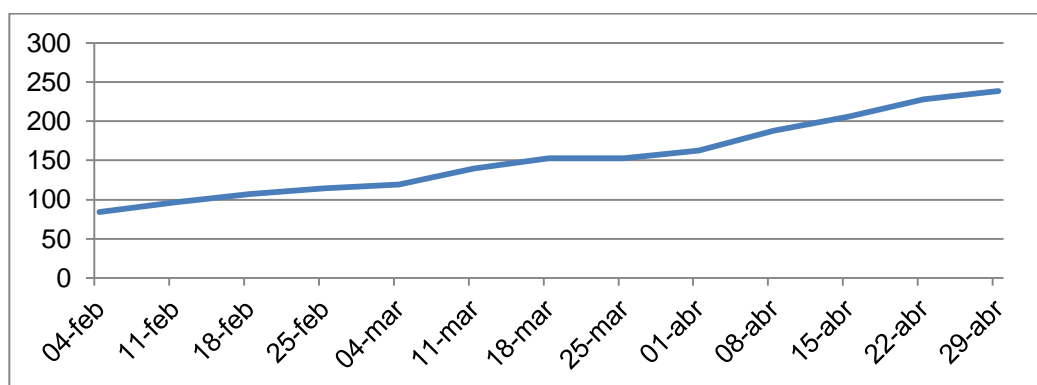


Gráfico 20 Evolución del número de seguidores de *Siéntate que te cuento* en Facebook. Fuente: elaboración propia.



Imagen 17. Anuncio del parón de Semana Santa a través de Facebook. Fuente: Facebook Siéntate que te cuento.

Los resultados conseguidos en esta red social son muy positivos teniendo en cuenta los datos de los blogs de inspiración (ver 3.1.1.1.): se ha conseguido un total de 242 seguidores (Imagen 18), **los usuarios han interactuado** mediante algún comentario puntual (Imagen 19) y, sobre todo, compartiendo publicaciones (imagen 983), y por último, las publicaciones han recibido una media de 17,22 *likes* (Imagen 20).

Total de Me gusta de la página hasta hoy: 242

Imagen 18. Número de seguidores en la página de Facebook de Siéntate que te cuento el último día de publicaciones (30 abril 2015). Fuente: Facebook Siéntate que te cuento.



Imagen 19. Likes y comentarios en una publicación de la página de Facebook de Siéntate que te cuento. Fuente: Facebook Siéntate que te cuento.



Imagen 20. Publicación de Siéntate que te cuento en Facebook compartida por dos personas. Fuente: Facebook Siéntate que te cuento.

Mediante esta red social se han recibido **importantes menciones**, como la de Clarilou (Imagen 21) y Ediciones La Cúpula (Imagen 22), ambas con más de 4.500 seguidores en Facebook. Estas menciones, junto a las de otros artistas a los que se ha dedicado entradas como Jet Defrost o Ardmad, han ofrecido una expansión extra al contenido del blog. Además de esto, se ha optado por dejar algún comentario en las páginas oficiales de Facebook de aquellos a los que se ha mencionado en el blog (Imagen 23), con tal de que pueda ser leído por sus seguidores.



Imagen 21. Mención a *Siéntate que te cuento* en la página de Facebook de Clarilou.

Fuente: Facebook Clarilou.



Imagen 22. Mención a *Siéntate que te cuento* en la página de Facebook de Ediciones La Cúpula. Fuente: Facebook Ediciones La Cúpula (versión móvil).



Imagen 23. Publicación anunciando la entrada dedicada a 100 Montaditos en su propia página de Facebook. Fuente: Facebook 100 Montaditos.

En el plan de uso de redes sociales elaborado en la fase de ejecución estaba previsto actualizar Facebook cada día a las 10 a.m.: los días con nueva entrada en el blog (lunes, miércoles y viernes) con tal de anunciarlo y el resto de días con una imagen relacionada con los temas del blog, mayoritariamente ilustraciones. Sin embargo, tras realizar esta acción durante tres días se observó que esta opción no era demasiado efectiva, ya que se presentaba continuamente el mismo contenido que en Instagram, por lo que se podía llegar a saturar a los usuarios que siguieran *Siéntate que te cuento* a través de más de una red social. Por lo tanto, se optó por cambiar de **estrategia**: publicar los lunes, miércoles y viernes a las 10 a.m., y al día siguiente a las 8.p.m.

Concretamente, la publicación que anuncia la nueva entrada en el blog (Imagen 24), consta en primer lugar de la palabra “ARTE” “VIDA” u “OCIO” con tal de llamar la atención del usuario y que este sepa de qué tipo de experiencia se trata. Seguidamente, se presenta una frase que indica el tema que se trata en la entrada anunciada y el enlace de esta. Siempre que es posible, las frases se dirigen de forma directa al usuario, llamando su atención e incitándole a visitar el enlace. Además, se sube una imagen de la entrada de forma que esta no se vea completa, consiguiendo, por un lado, que la publicación quede estéticamente agradable y, por otro, que el usuario tenga la tentación de entrar

en el enlace para ver la imagen completa. Cabe destacar que el texto que aparece en el enlace con la imagen de la publicación corresponde al Título SEO y a la Descripción SEO de la entrada.



Imagen 24. Muestra del estilo de publicación de Siéntate que te cuento en Facebook los lunes, miércoles y viernes. Fuente: Facebook Siéntate que te cuento.

Por otro lado, las publicaciones realizadas los martes, jueves y sábados a las 8 p.m. se basan en la fotografía principal de la entrada el día anterior (Imagen 25). La intención de estas publicaciones es volver a anunciar la entrada, pasadas más de 24h, para aquellos que se perdieron el primer anuncio, pero de una forma diferente: se publica la fotografía completa en el álbum correspondiente (experiencias artísticas, vitales o de ocio), con el enlace y el autor de la imagen en el pie de foto. El resultado de esto es la presencia de tres álbumes con las fotografías (y sus respectivos enlaces) catalogadas según el tipo de experiencia (Imágenes 26 y 27).



Imagen 25. Muestra del estilo de publicación de *Siéntate que te cuento* en Facebook los martes, jueves y sábados. Fuente: Facebook *Siéntate que te cuento*.



Imagen 26. Álbumes de la página de *Siéntate que te cuento* en Facebook clasificados según el tipo de experiencia. Fuente: Facebook *Siéntate que te cuento*.

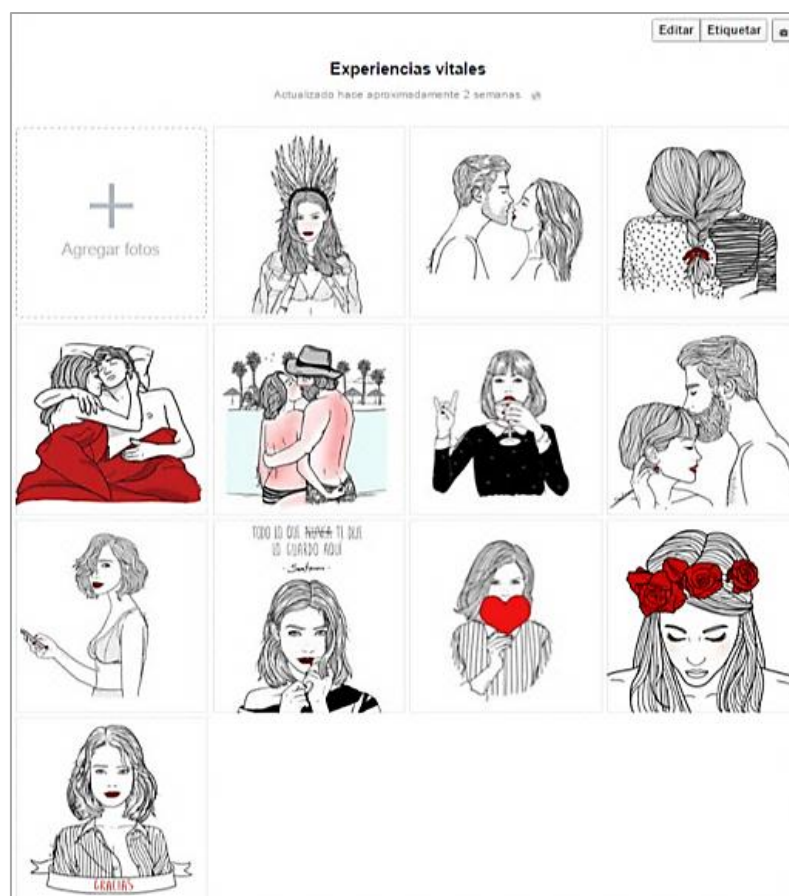


Imagen 27. Muestra de uno de los álbumes creados en Facebook: *Experiencias vitales*.

Fuente: Facebook *Siéntate que te cuento*.

En cuanto a las **imágenes presentes en Facebook**, cabe destacar que hay un total de 37, entre las publicadas, la foto de perfil y la de portada. El número de imágenes es menor respecto al de imágenes presentes en el blog debido a que en Facebook únicamente se ha subido una fotografía de cada entrada. Sin embargo, a pesar de esta diferencia, el ranking de imágenes según su origen se mantiene (Gráfico 21) con las imágenes cedidas en primera posición.

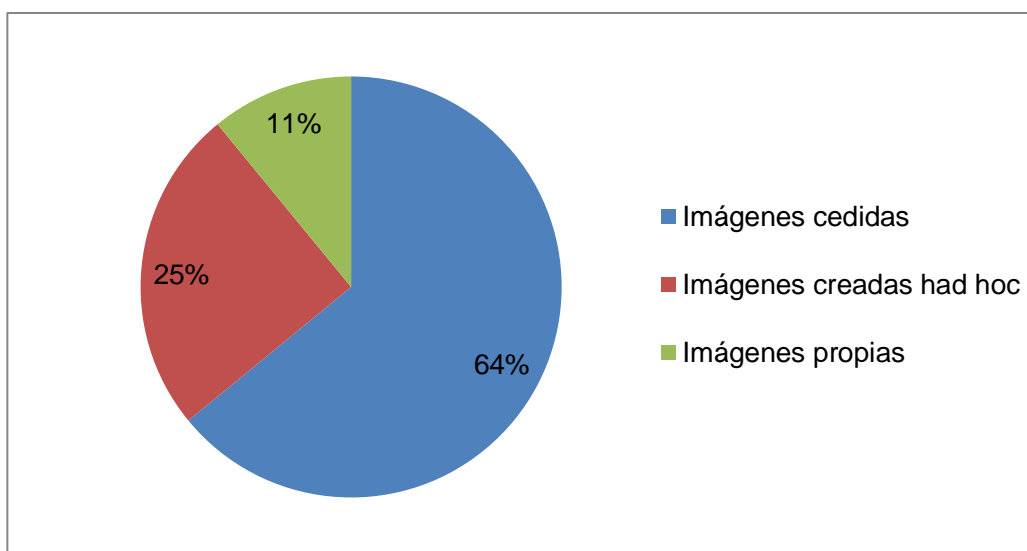


Gráfico 21. Origen de las imágenes presentes en el Facebook de *Siéntate que te cuento*. Fuente: elaboración propia.

Por lo que respecta a la **blogosfera**, se ha intentado interactuar con algún blog similar, aunque sin éxito. Esto ha sucedido, por ejemplo, con el blog de experiencias vitales *Nunca dejes de volar* (www.nuncadejesdevolar.wordpress.com), que tiene una página de Facebook a través de la cual se han ido comentando sus escritos, sin recibir ninguna respuesta por su parte.

Como **conclusión**, tras tres meses poniendo en uso Facebook como una de las redes sociales del blog *Siéntate que te cuento*, se puede afirmar que esta ha sido esencial para recibir visitas y conseguir usuarios. Los puntos fuertes de Facebook han sido, en primer lugar, el hecho de que se pueda entrar de forma directa (mediante un clic) a la entrada del blog anunciada y, en segundo lugar, que se permita a los usuarios compartir la publicación de forma rápida y sencilla en su propia página de Facebook.

4.4.2. Instagram

La principal aportación de la red social Instagram ha sido **dar a conocer y consolidar la marca** *Siéntate que te cuento*. Esto ha sido posible a través de la publicación constante y regular de contenido: cada día a las 10 a.m. se ha subido una fotografía anunciando una nueva entrada del blog o relacionada con la temática, principalmente ilustraciones que tratan sobre temas vitales o de ocio (contenido completo en Instagram: @sientatequetecuento).

En el Gráfico 22 se observa de forma clara que los **seguidores** de Instagram no han parado de aumentar semana tras semana. Concretamente, destaca el aumento de 63 seguidores del 1 al 8 de abril, que se debe a que un perfil influyente en esta red social (@t_diary) comenzó a seguir la cuenta y, además, al parón de Semana Santa, en que no se publicaron nuevas entradas en el blog y se potenció la expansión de redes sociales mediante comentarios y *likes* con tal de que más personas pudieran llegar al perfil de *Siéntate que te cuento*. Cabe destacar que, a pesar de que el último miércoles de recogida de datos sea el 29 de abril, el último día oficial de *Siéntate que te cuento* fue el 30 de abril, día que se incorporaron más seguidores sumando un total de 425 (Imagen 28).

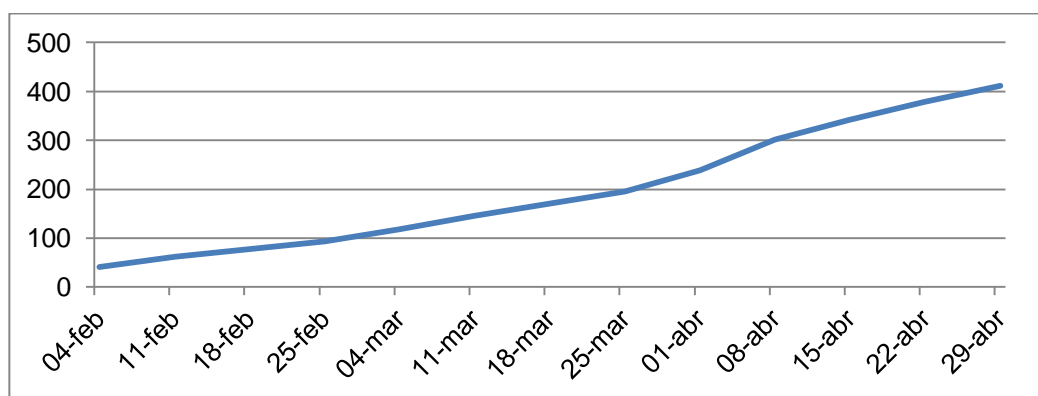


Gráfico 22. Evolución del número de seguidores de *Siéntate que te cuento* en Instagram durante febrero, marzo y abril de 2015. Fuente: elaboración propia.



Imagen 28. Número de seguidores de *Siéntate que te cuento* en Instagram el último día de publicaciones (30 abril 2015). Fuente: Instagram @sientatequetecuento.

Los resultados conseguidos en Instagram superan todas las expectativas, ya que el objetivo primordial era superar los 50 seguidores. Además, el número de seguidores ha superado a los de la competencia analizada (@thewandering_s, con 285 seguidores en la fecha de análisis). Esta red social ha sido la más expandida ya que los *hashtags* están muy presentes en ella y esto permite que al hacer un buen uso de ellos la imagen llegue a un gran número de personas.

Gracias a esto, Instagram ha sido la red social en la que **los usuarios han interactuado** de más formas: comentarios, que ha habido una media de 2 por publicación; *likes*, llegando a alcanzar los 94 (Imagen 29) y situándose la media en 52; menciones en publicaciones por parte de algunos artistas a los que se ha dedicado entrada, como Jet Defrost (Imagen 30) y Hello Moreno (Imagen 31); una etiqueta en una fotografía para felicitar Sant Jordi por parte de Somstudio (Imagen 32); y reposts por parte de algunos usuarios (imagen 33 y 34).

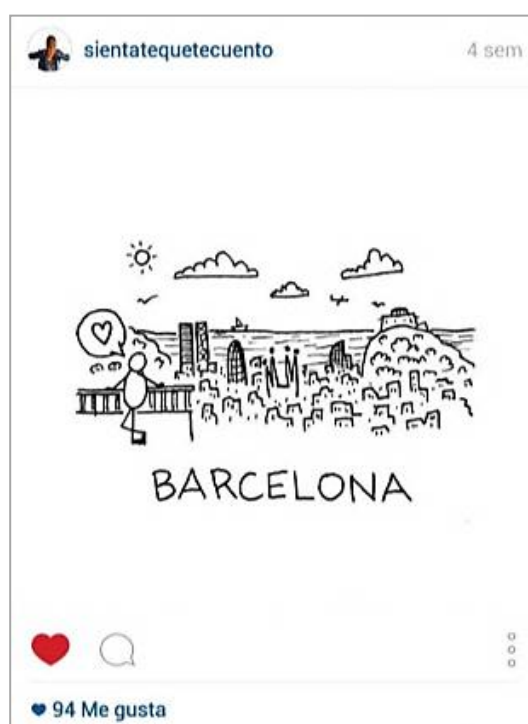


Imagen 29. La imagen publicada el 16 de abril de 2015 alcanza los 94 likes. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.



Imágenes 30 y 31. Menciones a @sientatequetecuento en una publicación de Instagram por parte de @jet_defrost y @hello_moreno, respectivamente. Fuente: Instagram sientatequetecuento.



Imagen 32. @somstudiosity etiqueta a @sientatequetecuento y otras cuentas para felicitar el día de Sant Jordi. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.



Imágenes 33 y 34. Respost de publicaciones de *Siéntate que te cuento* por parte de dos usuarios. Fuente: Instagram @crisjime07 y @btzbei, respectivamente.

A pesar de que únicamente @jet_defrost y @hello_moreno han compartido la entrada que se les dedicó en una publicación de Instagram, el resto de artistas también han colaborado en la **difusión del contenido** de Instagram, aunque

de forma menos directa: *likes*, como es el caso de Aitor Saraiba (Imagen 35), que tiene más de 15k de seguidores en su cuenta de Instagram; comentarios, sobre todo en las publicaciones que contienen sus imágenes como es el caso de Clarilou (Imagen 36); y siguiendo el perfil, como hizo T_diary (Imagen 37), que consta de más de 38k seguidores. Por ejemplo, cada vez que @t_diary aportaba un *like* se apreciaba una ráfaga de *likes* y, como se ha anunciado anteriormente, en la semana en que este mismo artista comenzó a seguir @sientatequetecuento los seguidores aumentaron notoriamente.



Imagen 35. Like por parte de @aitorsaraiba. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.



Imagen 36. Comentario de @clarilou en la publicación de Instagram en la que se anuncia la entrada del blog dedicada a ella. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.

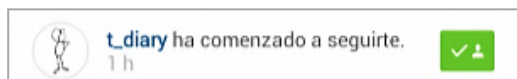


Imagen 37. @t_diary comienza a seguir @sientatequetecuento. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.

La **estrategia** ideada para Instagram en la fase de ejecución se ha cumplido sin sufrir grandes cambios. Como estaba previsto, se ha publicado diariamente una imagen, tanto los días en que se publicaba una nueva entrada en el blog como los que no. La única alteración respecto a lo previsto ha sido la hora de publicación: se ha mantenido cada día a las 10 a.m. excepto los fines de

semana, que tras unos días publicando a esa hora y observar que no habían tantos *likes* como entre semana, se optó por probar de publicar a las 11 a.m., comprobando que los *likes* aumentaban.

Concretamente, las publicaciones de los lunes, miércoles y viernes (Imagen 38), que son los días en que hay una nueva entrada en el blog, contienen la siguiente información: la etiqueta del autor de la fotografía en la propia imagen el tema de la nueva entrada mediante una frase acompañada de algún emoticono relacionado, el enlace de dicha entrada, la mención al creador de la imagen publicada o de las personas a las que se dedica la entrada, *hashtags* relacionados con tal de que la publicación llegue a más personas y, finalmente, un emoticono de una flecha seguido del enlace principal del blog. Por otro lado, las publicaciones realizadas el resto de días, es decir, martes, jueves, sábados y domingos, (Imagen 39) constan de la misma estructura pero con una ligera variación: en este caso, la frase y los emoticonos están relacionados con la imagen del día y, como consecuencia, no se presenta el enlace de una entrada concreta, excepto en las ocasiones en que se recuerda a algún ilustrador mediante la imagen y se opta por adjuntar de nuevo el enlace de la entrada que se le dedicó.



Imagen 38. Muestra del estilo de publicación de @sientatequetecuento los lunes, miércoles y viernes. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.



Imagen 39. Muestra del estilo de publicación de @sientatequetecuento los martes, jueves, sábados y domingos. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.

Cabe destacar que, a pesar de que todas las publicaciones siguieran desde el primer día la estructura anunciada, se han perfeccionado algunas técnicas: se han ido introduciendo nuevos *hashtags* constantes según los gustos de los usuarios, como por ejemplo *#barcelona*, y se ha evolucionado en cuanto al estilo general de la cuenta, pasando de subir las imágenes seleccionadas sin modificación alguna (Imagen 40) a crear un estilo propio de forma que las imágenes encajaran entre ellas (Imagen 41). Esto último se ha conseguido con la sencilla técnica de contrastarlas lo suficiente para que el fondo fuera completamente blanco y, en el caso de las imágenes con un fondo de otro color, incorporando un marco blanco para que no desentonaran.



Imágenes 40 y 41. Primeras publicaciones de @sientatequetecuento y últimas, respectivamente. Fuente: Instagram @sientatequetecuento

El número total de **imágenes presentes en Instagram** es 89, que corresponden a cada uno de los días de la puesta en práctica del proyecto. Concretamente, se han subido las mismas imágenes que en Facebook, es decir, una imagen de cada entrada del blog. Sin embargo, la diferencia es que el resto de días de la semana, en Instagram se han subido otras imágenes exclusivas para esta red social, todas ellas cedidas. Por lo tanto, el número de imágenes presentes en Instagram es mayor que en Facebook y, una vez más, las imágenes cedidas ocupan el primer puesto en el ranking de imágenes según su origen (Gráfico 23).

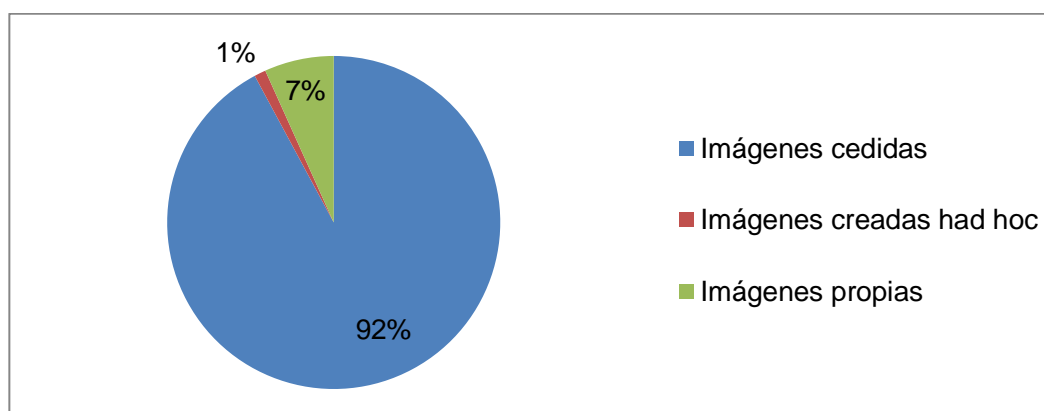


Gráfico 23. Origen de las imágenes presentes en la cuenta de Instagram de Siéntate que te cuento. Fuente: elaboración propia.

Por lo que respecta a **la interacción usual con otros usuarios**, Instagram ha sido la red social más efectiva. Esto ha sucedido, sobre todo, gracias al tema estrella de las experiencias artísticas y de la cuenta de Instagram en general: la ilustración. En primer lugar, a través de dedicarles espacio en *Siéntate que te cuento*, @t_diary (Imágenes 40 y 41) y @jet_defrost (Imágenes 42 y 43), que también a raíz de esto se han comenzado a seguir mutuamente, han sido un gran apoyo en Instagram: han seguido la cuenta, han aportado *likes* en la mayoría de publicaciones y, además, se ha interactuado usualmente con ellos mediante comentarios (imagen 3820). Otras cuentas con las que se ha interactuado de forma habitual son: @somstudioytu (Imágenes 32 y 44), que corresponde a un estudio especializado en diseño gráfico y social media, las ilustradoras @barcelonadraw (Imagen 44) y @mientrastantoenlavida (Imágenes 45 y 46) y, por último, las blogueras @contodoyconeso (Imágenes 47 y 48), que también han seguido *Siéntate que te cuento* a través de Facebook. Cabe destacar que se ha intentado interactuar con otras cuentas de blogueros, como @conunojoabierto (Imagen 49) pero no se ha obtenido respuesta.



Imágenes 40 y 41. Muestra de la interacción con @t_Diary. Fuente: Instagram
@t_diary y @sientatequetecuento, respectivamente.



Imágenes 42 y 43. Muestra de la interacción con @jet_defrost. Fuente: Instagram
@jet_defrost y @sientatequetecuento, respectivamente.



Imagen 44. Muestra de la interacción con @somstudioytu y @barcelonadraw. Fuente: Instagram @sientatequetecuento.



Imágenes 45 y 46. Muestra de la interacción en Instagram con @mientrastantoenlaveda. Fuente: Instagram @mientrastantoenlaveda y @sientatequetecuento, respectivamente.



Imágenes 47 y 48 Muestra de la interacción con @contodoyconeso. Fuente: Instagram @contodoyconeso y @sientatequetecuento, respectivamente.



Imagen 49. Muestra de un intento de interactuar con @conunjoabierto. Fuente: Instagram @conunjoabierto

Como **conclusión**, tras poner en práctica el uso de Instagram con la cuenta @sientatequetecuento, se ha comprobado que lo principal que aporta esta red social al blog es un buen posicionamiento de la marca. Esto se consigue mediante el buen uso de *hashtags*, que permite que el contenido se expanda

sin fronteras, llegando incluso a celebridades como la bloguera Aida Artilles (Imagen 50), que tiene más de 51k de seguidores. Sin embargo, a pesar de que Instagram permita dar a conocer una marca y posicionarla, tiene un gran inconveniente: no aporta tantos enlaces entrantes como Facebook o Twitter, ya que no presenta los enlaces hechos (no se puede acceder a ello mediante un clic).



Imagen 50. Like por parte de @aidaartiles. Fuente: Instagram @sientatequetecuento

4.4.3. Twitter

Twitter ha sido **la red social menos efectiva del proyecto**: como se puede observar en el Gráfico 24, no se superan los 40 seguidores. Los datos obtenidos son bajos comparados con los de la competencia (ver 3.1.1.1.), que tienen 813 (@thewandering_s) y 96 (@PerfectayDescon), frente a los 39 seguidores conseguidos en @sientatequete (Imagen 51)

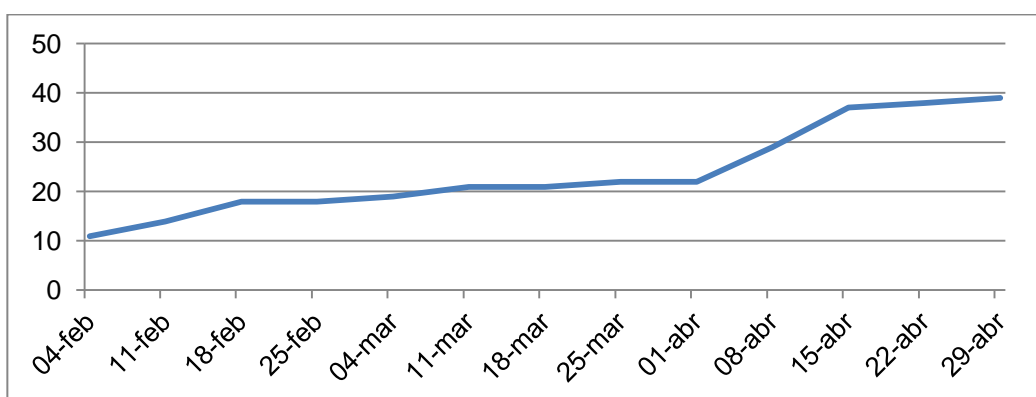


Gráfico 24. Evolución del número de seguidores de Siéntate que te cuento en Twitter.

Fuente: elaboración propia.



Imagen 51. Número de seguidores de Siéntate que te cuento en Twitter el último día de publicaciones (30 abril 2015). Fuente: Twitter @sientatequete

El poco éxito de *Siéntate que te cuento* en Twitter es debido a dos grandes factores: la inexperiencia del uso de esta red social y, por otra parte, las limitaciones para comenzar a expandir la cuenta, ya que familiares y conocidos no frecuentan esta red social y, por lo tanto, no se ha encontrado el apoyo de unos primeros seguidores que tentaran al resto a unirse, como sucedió con Facebook e Instagram.

La **estrategia** prevista para Twitter era: publicar todos los días de la semana a las 10 a.m. anunciando la nueva entrada del blog (lunes, miércoles y viernes) o publicando la imagen seleccionada (el resto de días); entre las 13h y las 15h *twittear* alguna reflexión u opinión; e ir interactuando con los usuarios y otros blogs a lo largo del día. Lo cierto es que el plan se puso en marcha, pero al comenzar con el apoyo de pocos seguidores, fue desvaneciéndose a lo largo de las semanas, ya que no se encontraba interacción con los usuarios ni respuestas suficientes por parte de los blogs. Rápidamente se observó que esta red social precisaba demasiada constancia durante todo el día para lograr un buen funcionamiento y, como consecuencia, unos buenos resultados. Por lo tanto, siendo consciente del escaso tiempo del que se disponía en estos tres meses, se optó por potenciar Facebook e Instagram, mucho más exitosas desde un principio, y a crear un buen contenido y mantenimiento del blog en sí.

A pesar de la decisión de centrar el uso de las redes sociales en Facebook e Instagram, se han ido compartiendo algunos pensamientos (Imagen 52) y anunciando nuevas entradas en Twitter (Imagen 53) de forma que los pocos seguidores alcanzados tuvieran la oportunidad de **interactuar** y/o acceder a ellas. Finalmente, se han compartido un total de 82 *tweets* (contenido completo en Twitter: @sientatequete) y, a través de ellos se han conseguido algunos *retweets* y favoritos (Imagen 54). Además, algunos de los artistas y espacios a los que se ha dedicado una entrada, han optado por interactuar con *Siéntate que te cuento* a través de esta red social: Shugorin (Imagen 55), Jet Defrost (Imagen 56), T_diary (Imagen 57), Las Rayadas (Imagen 58), Photocall.cat (Imagen 59) y 100 Montaditos (Imagen 60).



Imagen 52. Muestra de un tweet con un pensamiento. Twitter @sientatequete



Imagen 53. Muestra de un tweet anunciando una nueva entrada. Twitter @sientatequete



Imagen 54. Muestra de un retweet y favorito por parte de un seguidor. Twitter @sientatequete



Imagen 55. @shugorinart interactúa con @sientatequete. Fuente: Twitter
@sientatequete



Imagen 56. @Jet_defrost interactúa con @sientatequete. Fuente: Twitter
@sientatequete



Imagen 57. @t_diarysketches interactúa con @sientatequete. Fuente: Twitter
@sientatequete



Imagen 58. @Las_Rayadas interactúa con @sientatequete. Fuente: Twitter
@sientatequete



Imagen 59. @Photocallcat interactúa con @sientatequete. Fuente: Twitter
@sientatequete



Imagen 60. @100Montaditos interactúa con @sientatequete. Fuente: Twitter
@sientatequete

En cuanto a la **blogosfera**, se ha observado que Twitter es la red social más adecuada tanto para crearla como para mantenerla. Una vez pasados 20 días

desde el inicio del blog, con tal de tener suficiente contenido publicado, se comenzó a interactuar mediante Twitter con algunos usuarios que disponían de blogs similares en cuanto a experiencia: @UnaChicaCuriosa (Imagen 61), @GorgoritaBlog (Imagen 62), @maru_tsanz (Imagen 63) y @SraMandarina (Imagen 64). Tras unos días mencionándoles e interactuando con sus *tweets*, la comunicación únicamente continuó siendo efectiva en el caso de @GorgoritaBlog, quien amablemente ha visitado algunas entradas del blog. Sin embargo, a causa del poco tiempo disponible, no se ha podido ser suficientemente constante como para que esta relación se mantuviera en el tiempo.

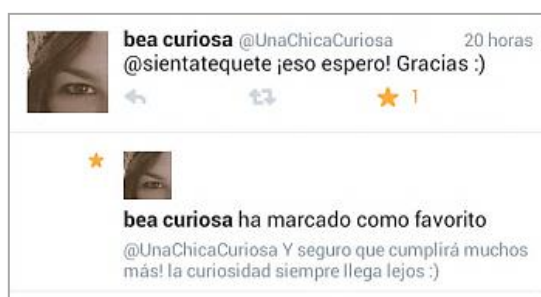


Imagen 61. Muestra de la interacción entre @UnaChicaCuriosa y @sientatequete.

Fuente: Twitter @sientatequete



Imagen 62. Muestra de la interacción entre @GorgoritaBlog y @sientatequete. Fuente:

Twitter @sientatequete



Imagen 63. Muestra de la interacción entre @maru_tsan y @sientatequete. Fuente: Twitter @sientatequete



Imagen 64. Muestra de la interacción entre @SraMandarina y @sientatequete. Fuente: Twitter @sientatequete

Como **conclusión**, a pesar de no haber dispuesto del tiempo necesario para llevar a cabo un buen rendimiento de Twitter, se ha podido observar que es una red social muy potente: el uso del *hashtag* está muy extendido, por lo que el contenido se puede expandir sin fronteras, y los usuarios pueden acceder al enlace con un solo clic y compartirlo con sus seguidores de forma rápida. Además, el hecho de ser una red social con un uso instantáneo y constante, permite la creación de una blogosfera sólida.

4.5. Resolución de la meta y los objetivos

Tras llevar a cabo el blog *Siéntate que te cuento* durante tres meses, **se ha alcanzado la meta principal**, que se basaba en realizar un proyecto web desde el principio, aprendiendo a crearlo, diseñarlo y mantenerlo. Además, a pesar de la inexperiencia y de algunos de los errores cometidos vistos anteriormente, se ha conseguido sacar un buen rendimiento del sitio web, ya que se ha logrado cumplir los diferentes objetivos planteados.

Concretamente, se ha conseguido un **blog sólido y estable**, ya que, como se ha visto en resultados (ver Resultados 4.3), el tráfico de visitas obtenido durante la última etapa se ha mantenido por encima de las **70 visitas diarias**. Esto ha sido posible, en gran parte, a la **efectiva promoción** que se ha realizado a través de las redes sociales, que han superado con creces los 50 seguidores (excepto Twitter) y han permitido crear un **vínculo con los usuarios**, manteniendo **feedback** con ellos. Sin embargo, durante los dos primeros meses, la interacción con los usuarios mediante comentarios se ha conseguido a través de las redes sociales, cosa que no genera tanto valor como el *feedback* presente en el blog, por lo que a mediados de abril se planteó la obtención de comentarios en el blog como un nuevo objetivo, el cual se ha cumplido también. Por otro lado, el uso de Google Analytics ha permitido **identificar el tipo de audiencia potencial** (mujeres y hombres entre 18 y 25 años), que coincide con el target al que iba dirigido el contenido del blog desde un primer momento. En definitiva, todos estos objetivos logrados han permitido el cumplimiento del último, es decir, el de obtener un **buen posicionamiento web** en Google: al buscar “siéntate que te cuento” aparece el blog creado como primer resultado (Imagen 65).



Imagen 65. Resultados de búsqueda de “siéntate que te cuento”. Fuente: Google

5. Conclusión

Como estaba previsto, la realización del trabajo final de grado me ha permitido adquirir una serie de conocimientos totalmente nuevos: cómo diseñar, crear y mantener un blog. Esto ha sido posible gracias a, por un lado, una profunda investigación sobre las bases de un blog, como por ejemplo la estrategia SEO, que era totalmente desconocida para mí y, por otro lado, al análisis de los resultados obtenidos tras los tres meses de publicaciones del blog creado, que han permitido observar con precisión qué técnicas son las más adecuadas para adquirir un buen posicionamiento y, por lo tanto, que un blog llegue a ser exitoso.

Teniendo en cuenta la inexperiencia en el tema multimedia y, concretamente, de la creación de blogs, considero que el resultado ha sido muy positivo. De hecho, se ha cumplido la meta principal del proyecto, que era comenzar un blog desde el principio y conocer y aplicar todos los pasos necesarios. Concretamente, en el proceso de diseñar, crear y difundir el blog se han adquirido los siguientes conocimientos: es esencial que la temática escogida motive al autor del blog; Weebly es una buena plataforma para que principiantes creen su propio blog; la estrategia de publicación se debe pasar en la presentación frecuente y regular de nuevo contenido; la estrategia SEO determina el posicionamiento de un sitio web y, por lo tanto, su éxito; la estructura y el estilo que se le otorga al blog influye en el cumplimiento del objetivo de este; es imprescindible tener permiso para publicar cualquier contenido multimedia ajeno, ya sea por licencia Creative Commons como por petición directa; el plan de comunicación online debe ser, ante todo, flexible; analizar la competencia es importante para marcar propósitos y, además, para aprender de sus errores y aciertos; crear una blogosfera ayuda a conseguir que el blog llegue a usuarios asiduos a blogs similares; es importante tener en cuenta las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del blog para marcar una meta y unos objetivos realistas; el contenido del blog debe estar dirigido a un público específico; la promoción es esencial para la difusión del blog; es importante escoger únicamente las redes sociales que se adecuen más al público y los objetivos del blog; es esencial elaborar un calendario de publicaciones, tanto del blog como de sus redes sociales, siempre susceptible a cambios y siguiendo el protocolo de comunicación previsto; es preciso hacer un seguimiento regular del sitio web a través de Google Analytics, ya que esta herramienta permite identificar los errores y obtener información útil sobre los usuarios y su comportamiento; y, por último, se ha aprendido que las redes sociales pueden potenciar mucho el blog, pero necesitan constancia y dedicación.

En cuanto al cumplimiento de los objetivos concretos del blog, cabe destacar que, gracias a los conocimientos adquiridos se han podido cumplir todos excepto uno: llegar a los 50 seguidores en Twitter. Este objetivo fallido es debido a la falta de tiempo, ya que Twitter precisaba más dedicación de la prevista y han surgido dificultades para llevar a cabo un buen rendimiento. Sin embargo, si el blog *Siéntate que te cuento* continuara, teniendo en cuenta las ventajas que aporta dedicar el tiempo suficiente a Twitter, se plantearía su uso de la siguiente forma: además del anuncio de las nuevas entradas, se actualizaría un mínimo de dos veces al día, siempre con *hashtags* y, si es posible, siguiendo las tendencias del momento, y, por otro lado, se realizaría una investigación más profunda sobre blogs iniciantes con presencia en esta red social para interactuar con ellos regularmente con tal de crear una blogosfera consistente.

El hecho de llevar a cabo un blog ha sido una experiencia muy enriquecedora, ya que no solo me ha aportado conocimientos técnicos, sino que también me ha enseñado a valorar como es debido a los blogueros, porque hasta que no se vive en primera persona no se aprecia realmente la constancia y la dedicación que precisa esta labor. Además, me ha ayudado a ver todo el apoyo que tengo por parte de las personas de mi entorno, que me han animado en los momentos más difíciles de esta etapa y me han demostrado que estarán a mi lado en todos los proyectos que realice, algo muy importante para mí. Por otro lado, este proyecto me ha hecho darme cuenta que, a pesar de la poca atracción principal por la creación multimedia, hubiera sido un acierto haber cursado asignaturas de este ámbito porque es en el que más he disfrutado y, por lo tanto, el que más me convence de cara al futuro. Concretamente, tras realizar este trabajo centrado en la creación de un blog y sus respectivas redes sociales, he decidido que al finalizar los estudios quiero trabajar en el departamento de comunicación de cualquier empresa, especializándome en el ámbito multimedia.

Por último, cabe destacar que estoy especialmente satisfecha con el blog creado, *Siéntate que te cuento*, ya que además de ser la puesta en práctica del proyecto, ha sido para mí una forma de expresarme durante tres meses: a través del blog y sus redes sociales he mostrado, tanto a conocidos como a desconocidos, cómo se ve el mundo desde mis ojos, cosa que siempre ha sido un gran reto para mí. Además, la mayor satisfacción personal ha sido que una gran cantidad de personas me haya pedido que *Siéntate que te cuento* continuara a pesar de terminar el TFG, cosa que me plantearé seriamente cuando encuentre el tiempo necesario para esta laboriosa y apasionante labor.

6. Fuentes

- Android (2014). *Android Design*. Recuperado octubre 2014 en <http://developer.android.com/design/get-started/creative-vision.html>
- Apple (2014). *iOS Human Interface Guidelines*. Recuperado octubre 2014, en <https://developer.apple.com/library/ios/documentation/UserExperience/Conceptual/MobileHIG/index.html>
- Bizzocchi, A. (2013). Los colores y su significado. *Ideas Marketing*. Recuperado diciembre 2014, en <http://www.ideaschicago.com/los-colores-y-su-significado/>
- Creative Commons (2014). Recuperado octubre 2014, en <http://creativecommons.org/>
- Creative Commons (2014). *Creative Commons Catalunya*. Recuperado octubre 2014, en <http://cat.creativecommons.org/>
- Fundación Copyleft (2014). Recuperado octubre 2014, en <http://www.fundacioncopyleft.org/>
- Google (2015). *Ayuda de Herramientas para webmasters de Google* (2015). Recuperado abril 2015, en <https://support.google.com/webmasters#topic=3309469>
- Google (2014). *Blogger*. Recuperado diciembre 2014, en <https://www.blogger.com/>
- Google (2011). *Guía para principantes sobre optimización para motores de búsqueda*. Recuperado octubre 2014, en https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/es/intl/es/webmasters/docs/guia_optimizacion_motores_busqueda.pdf

- Google (2014). *Límites de Blogger*. Recuperado octubre 2014, en <https://support.google.com/blogger/answer/42348?hl=es>
- Hassan, Y., Martín, F., Iazza, G. (2004). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información. *Hipertext.net*, n.2. Recuperado diciembre 2014, en http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio_web.html
- IAB Spain (2014). *V Estudio anual de Redes Sociales*. Recuperado octubre 2014, en <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/04/V-Estudio-Anual-de-Redes-Sociales-versi%C3%B3n-reducida.pdf>
- Jimdo (2014). Recuperado diciembre 2014, en <http://es.jimdo.com/>
- Marandola, M. (2005). *¿Un nuevo derecho de autor?: introducción al copyleft, acceso abierto y creative commons*. Barcelona: Derecho de Autor.
- Michael, D. (2011). *Posiciona tu blog en buscadores y social media*. Barcelona: Anaya Multimedia.
- Moz (2014). *Google Algorithm Change History*. Recuperado mayo 2015, en <http://moz.com/google-algorithm-change>
- Pujante, JA. (2013). La realidad en un #hashtag. *AECPA*. Recuperado diciembre 2014, en <http://www.aecpa.es/uploads/files/modules/congress/11/papers/715.pdf>
- Rojas, P., Redondo, M. (2013). *Cómo preparar un plan de social media marketing; en un mundo que ya es 2.0*. Gestión 2000.
- Weebly (2015). Recuperado diciembre 2014 - mayo 2015, en www.weebly.com
- Wikipedia (2015). Recuperado mayo 2015, en www.wikipedia.org

- Wix (2014). Recuperado diciembre 2014, en <http://es.wix.com/>
- Wordpress (2014). Recuperado diciembre 2014, en <https://es.wordpress.com/>

Anexos

1. Cesión de derechos de las imágenes	p. 1
2. Características SEO en las entradas del blog	
<i>Siéntate que te cuento</i>	p. 9
3. Contenido del blog <i>Siéntate que te cuento</i>	p. 13
3.1. 2 febrero 2015	p. 13
3.2. 4 febrero 2015	p. 16
3.3. 6 febrero 2015	p. 18
3.4. 9 febrero 2015	p. 20
3.5. 11 febrero 2015	p. 23
3.6. 13 febrero 2015	p. 25
3.7. 16 febrero 2015	p. 27
3.8. 18 febrero 2015	p. 33
3.9. 20 febrero 2015	p. 35
3.10. 23 febrero 2015	p. 37
3.11. 25 febrero 2015	p. 42
3.12. 27 febrero 2015	p. 44
3.13. 2 marzo 2015	p. 46
3.14. 4 marzo 2015	p. 51
3.15. 6 marzo 2015	p. 53
3.16. 9 marzo 2015	p. 55
3.17. 11 marzo 2015	p. 58
3.18. 13 marzo 2015	p. 59

3.19. 16 marzo 2015	p. 60
3.20. 18 marzo 2015	p. 63
3.21. 20 marzo 2015	p. 65
3.22. 23 marzo 2015	p. 67
3.23. 25 marzo 2015	p. 69
3.24. 27 marzo 2015	p. 71
3.25. 6 abril 2015	p. 74
3.26. 8 abril 2015	p. 76
3.27. 10 abril 2015	p. 78
3.28. 13 abril 2015	p. 81
3.29. 15 abril 2015	p. 84
3.30. 17 abril 2015	p. 86
3.31. 20 abril 2015	p. 88
3.32. 22 abril 2015	p. 92
3.33. 24 abril 2015	p. 93
3.34. 27 abril 2015	p. 95
3.35. 28 abril 2015	p. 98

4. Ranking de las páginas más visitadas del blog

<i>Siéntate que te cuento</i>	p. 99
-------------------------------------	-------

1. Cesión de derechos de las imágenes

La lista de artistas que han participado en la cesión de derechos de imágenes a *Siéntate que te cuento* es la siguiente (por orden alfabético):

- Aitor Saraiba (Imagen 1)
- Alfonso Casas (Imagen 2)
- Amaia Arrazola (Imagen 3)
- Ardmad (Imagen 4)
- Charuca (Imagen 5)
- Clarilou (Imagen 6)
- Conrad Roset (Imagen 7)
- Hello Moreno (Imagen 8)
- Eva Garrido (Imagen 9)
- Jet Defrost (Imagen 10)
- Las Rayadas (Imagen 11)
- Moderna de Pueblo (Imagen 12)
- Monstruo Espagueti (Imagen 13)
- Mr. Wonderful (Imagen 14)
- Oscar Giménez (Imagen 15)
- Photocall.cat (Imagen 16)
- Sara Herranz (Imagen 17)
- T_diary (Imagen 18)

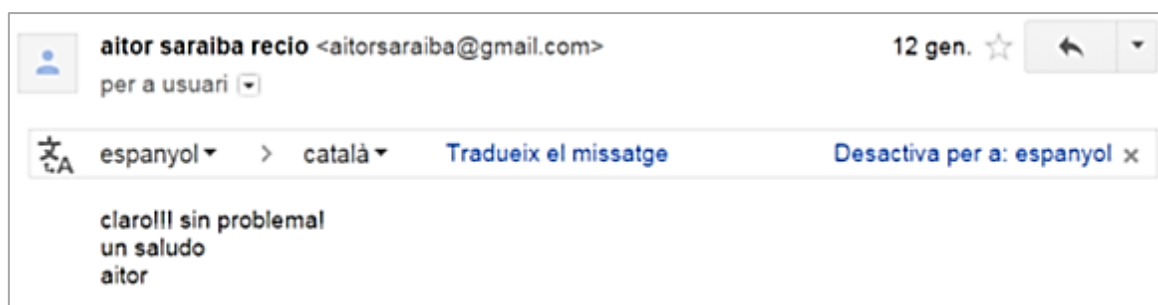


Imagen 1. Cesión de derechos de imagen por parte de Aitor Saraiba. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.

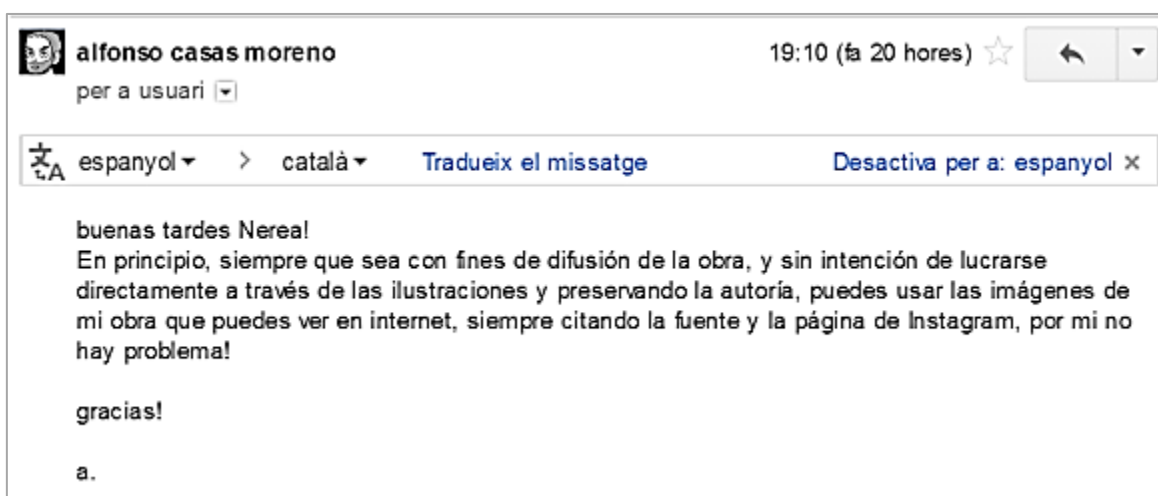


Imagen 2 Cesión de derechos de imagen por parte de Alfonso Casas. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.



Imagen 3. Cesión de derechos de imagen por parte de Amaia Arrazola. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.

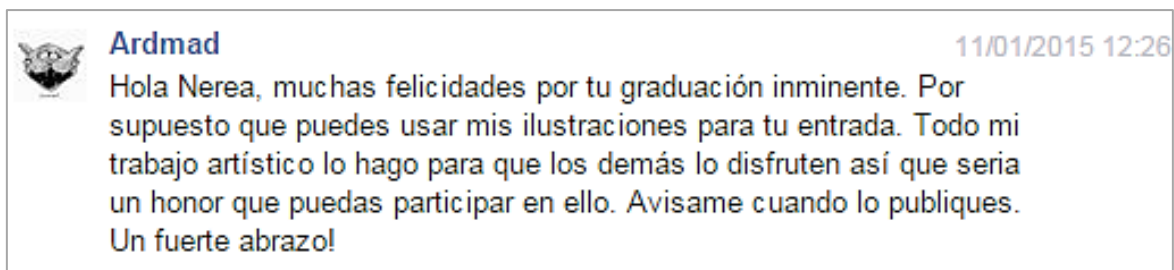


Imagen 4. Cesión de derechos de imagen por parte de Ardmad. Fuente: Facebook Siéntate que te cuento.

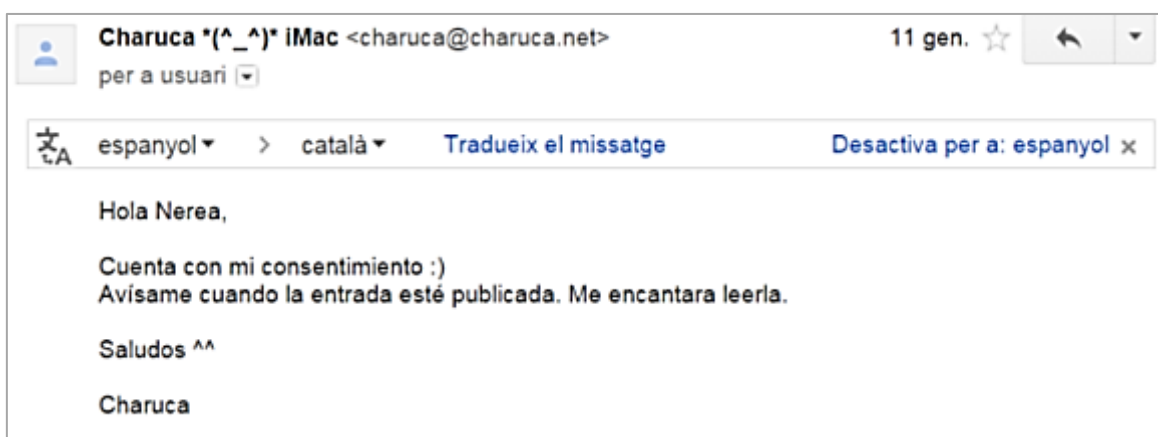


Imagen 5. Cesión de derechos de imagen por parte de Charuca. Fuente: gmail Siéntate que te cuento.

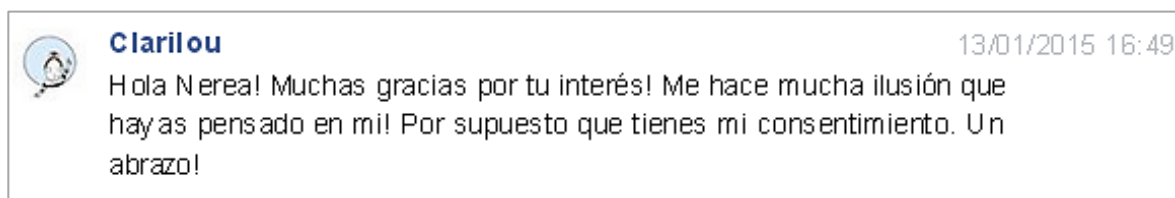


Imagen 6. Cesión de derechos de imagen por parte de Clarilou. Fuente: Facebook Siéntate que te cuento.



Imagen 7. Cesión de derechos de imagen por parte de Conrad Roset. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.



Imagen 8. Cesión de derechos de imagen por parte de Hello Moreno. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.



Imagen 9. Cesión de derechos de imagen por parte de Eva Garrido. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.



Imagen 10. Cesión de derechos de imagen por parte de Jet Defrost. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.



Imagen 11. Cesión de derechos de imagen por parte de Las Rayadas. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.



Imagen 12. Cesión de derechos de imagen por parte de Moderna de Pueblo. Fuente: gmail
Siéntate que te cuento.

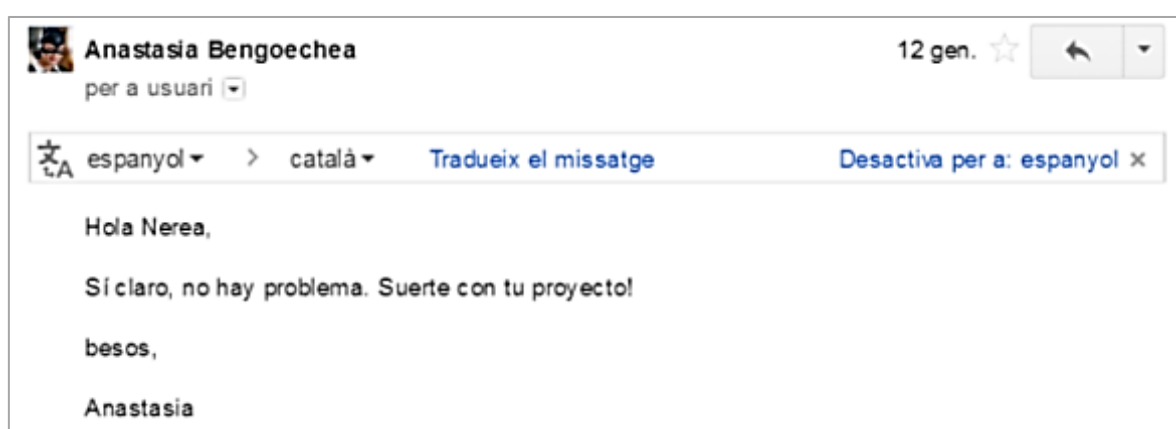


Imagen 13. Cesión de derechos de imagen por parte de Monstruo Espagueti. Fuente: gmail
Siéntate que te cuento.

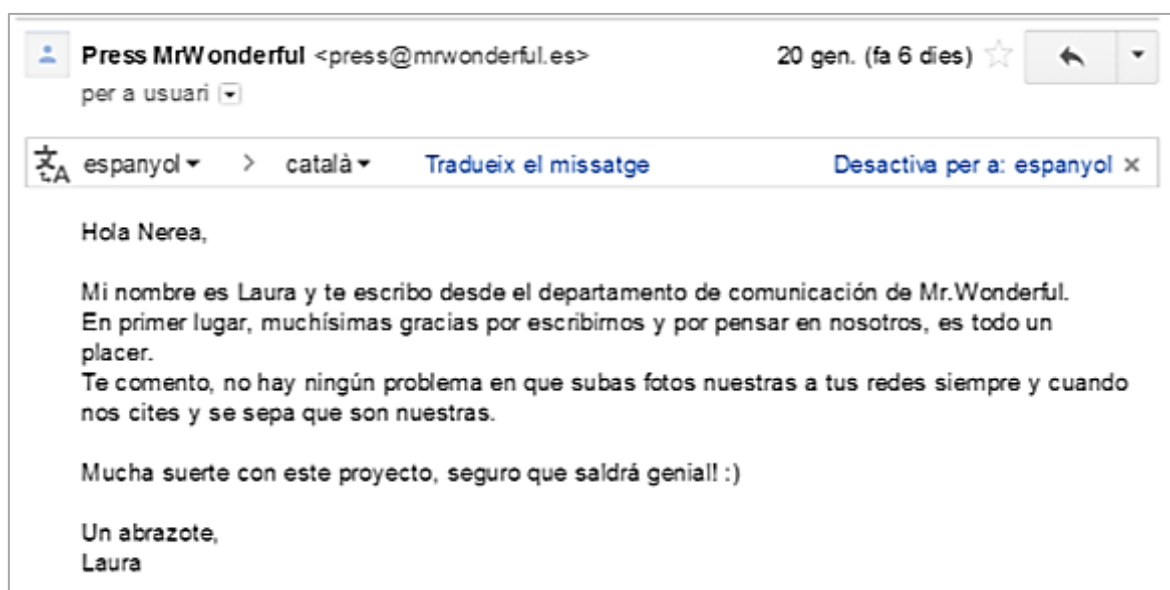


Imagen 14. Cesión de derechos de imagen por parte de Mr.Wonderful. Fuente: gmail
Siéntate que te cuento.



Imagen 15. Cesión de derechos de imagen por parte de Oscar Giménez. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.

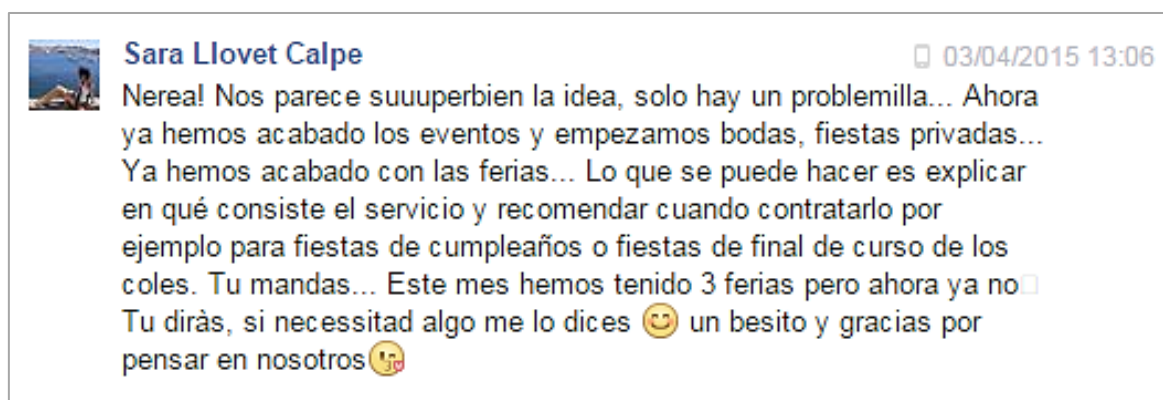


Imagen 16. Cesión de derechos de imagen por parte de Photocall.cat. Fuente: Facebook *Siéntate que te cuento*.



Imagen 17. Cesión de derechos de imagen por parte de Sara Herranz. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.

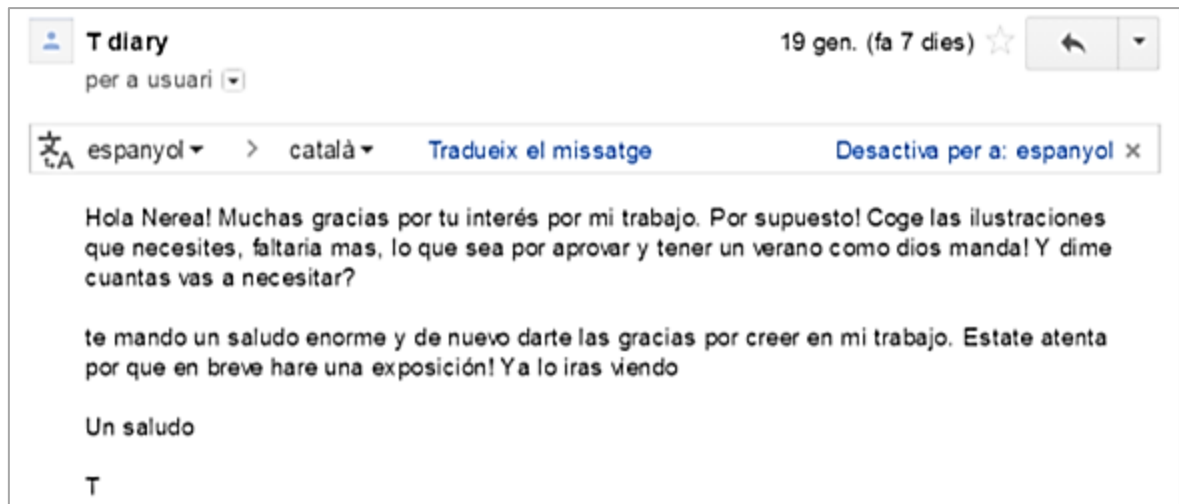


Imagen 18. Cesión de derechos de imagen por parte de T_diary. Fuente: gmail *Siéntate que te cuento*.

2. Características SEO de las entradas del blog *Siéntate que te cuento*

URL	Título SEO	Descripción SEO	Categoría
...experiencias/ shugorin	Shugorin Ilustración	Anna Salamaña, una joven ilustradora con ganas de aspirar a más	Experiencias artísticas
...experiencias/ mascaras	Máscaras	Personas con el peligroso vicio de mentir	Experiencias vitales
...experiencias/ rinconmanabita	Restaurante El Rincón Manabita	Una manera diferente de ir a comer fuera	Experiencia de ocio
...experiencias/ jetdefrost	Entrevista Jet Defrost	Ilustrador con una mente privilegiada para el humor	Experiencias artísticas
...experiencias/ amor	Citas sobre amor	Diez citas para reflexionar sobre el amor y valorarlo como merece	Experiencias vitales
...experiencias/ planesamorosos	Planes amorosos	Selección de planes sencillos u originales, pero con amor	Experiencias de ocio
...experiencias/ monstruoespagueti	Monstruo Espagueti Ilustración	Monstruo Espagueti, ilustrando frustraciones comunes	Experiencias artísticas
...experiencias/ amistad	Amistad	La importancia de escoger bien con quién compartir felicidad	Experiencias vitales
...experiencias/ peliculas	Películas favoritas	Elegir películas por instinto y no por estatuillas doradas	Experiencias de ocio
...experiencias/ clarilou	Clarilou Ilustración	Verdades que nos cuesta admitir, ilustradas adorablemente por Clarilou	Experiencias artísticas

...experiencias/ irracionalidad	Amor irracional	Las cosas importantes de la vida no se entienden, se sienten	Experiencias vitales
...experiencias/ mercadillosbcn	Mercadillos Barcelona	Para nostálgicos y amantes de las cosas bonitas	Experiencias de ocio
...experiencias/ alfonsocasas	Alfonso Casas Ilustración	Alfonso Casas ilustra situaciones que casi todos hemos vivido	Experiencias artísticas
...experiencias/ tópicos	Tópicos innecesarios	Rompiendo con los tópicos que a veces seguimos por pura comodidad	Experiencias vitales
...experiencias/ juego	Juegos	Jugar siempre será una de las partes más divertidas de la vida	Experiencias de ocio
...experiencias/ charuca	Consejos de Charuca	La artista Charuca nos aconseja para conseguir nuestros sueños	Experiencias artísticas
...experiencias/ miedo	Limitando miedos	Cómo afecta el miedo a nuestras vidas	Experiencias vitales
...experiencias/ 100montaditos	100 Montaditos	Buen ambiente, comida, ofertas, calidad, refrescos, buen precio, variedad y cerveza bien fría. ¿Qué puede salir mal?	Experiencias de ocio
...experiencias/ hellomoreno	Hello Moreno Ilustración	Entrevista a Hello, ilustradora francesa tan transparente como sus dibujos	Experiencias artísticas
...experiencias/ vida	Yo de mayor quiero ser feliz	A veces se nos olvidan las cosas importantes de la vida	Experiencias vitales

...experiencias/ pixar	Exposición Pixar	Exposición de Pixar en CaixaForum Barcelona que recorre sus 25 años	Experiencias de ocio
...experiencias/ modernarayadas	Moderna de Pueblo y Las Rayadas	Ilustración 2.0, con Moderna de Pueblo y sus hermanas Las Rayadas	Experiencias artísticas
...experiencias/ inmersion	Inmersión 3.0	Levantemos la cabeza para ver qué es lo que realmente necesita el mundo	Experiencias vitales
...experiencias/ primavera	Primavera	Planear escapadas: aventuras sin salir de la península	Experiencias de ocio
...experiencias/ aitorsaraiba	Aitor Saraiba Ilustración	Las palabras que acompañan a sus dibujos son pura poesía.	Experiencias artísticas
...experiencias/ cosasimportantes	La importancia de las cosas	No hay que permitir que futuras tonterías sean hoy un problema	Experiencias vitales
...experiencias/ series	Series recomendadas	La decisión de empezar una serie no siempre es fácil. Aquí os dejo alguna recomendación.	Experiencias de ocio
...experiencias/ popurri	Popurrí Ilustradores	Entrada dedicada a cinco ilustradores muy diferentes	Experiencias artísticas
...experiencias/ vida	9 citas sobre la vida	Recopilación de frases para reflexionar sobre nuestras vidas	Experiencias vitales
...experiencias/ photocallcat	Photocall.cat	Divertido estudio de fotografía portátil para eventos	Experiencias de ocio
...experiencias/ libros	Libros Sant Jordi	5 libros para regalar o recibir en Sant jordi	Experiencias artísticas

...experiencias/ santjordi	Príncipes y princesas	Qué hacer si el dragón se acerca y no viene nadie a rescatarnos	Experiencias vitales
...experiencias/ cine	Aprendiendo del cine	El cine nos enseña cosas importantes de la vida	Experiencias de ocio
...experiencias/ tdiary	Entrevista a T_diary	Viñetas minimalistas cargadas de humor y realidad cada día a las 8am	Experiencias artísticas
...experiencias/ despedida	Despedida	Hoy se acaba Siéntate que te cuento, al menos por ahora	Experiencias vitales

Tabla 1. Características SEO de las entradas por orden cronológico. Fuente: elaboración propia.

3. Contenido del blog *Siéntate que te cuento*

3.1. 2 febrero 2015

A los que disfrutan el camino más que la meta - Shugorin

¿Qué mejor forma de empezar a publicar en el blog que dando las **gracias**?

Gracias a las personas que colaboran con *Siéntate que te cuento* cediendo los derechos de las imágenes que poco a poco podréis ir disfrutando, que hacen que todo esto quede mucho más bonito. Pero sobre todo, gracias a **Anna Salamaña**, que es la responsable de los dibujos tan cuquis que encontraréis en la pestaña *¿Quién hay detrás de todo esto?* y en el diseño de las redes sociales del blog: **Twitter**, **Facebook** e **Instagram**.

Anna es una compañera de clase, ambas estudiamos Comunicación Audiovisual en la UAB, y ante todo, una persona apasionada con lo que le gusta, que ha encontrado un hueco entre sus miles de trabajos y exámenes para echarme una mano. ¿Necesito algún motivo más para dedicarle esta entrada? Por supuesto que no, pero aun así los he encontrado.

A veces, tendemos a fijarnos en aquellos que ya han conseguido su propósito en la vida. Aquellos que han logrado su sueño y que se dedican a aquello que siempre habían deseado. Muy bien, tenedlos como referencia o quizá como meta. Pero no os fijéis solo en ellos. Centraos en los que todavía están luchando por llegar a la cima. Los que día a día trabajan ilusionados, **los que disfrutan el camino más que la meta**, los que todavía aspiran a más. Yo lo he hecho, he mirado a mi alrededor y he encontrado a Anna, una personita con paciencia, mucho estrés y siempre con una sonrisa en la cara. Una sonrisa que incluso llega a ser sospechosa cuando te cruzas con ella en los pasillos de la facultad, donde destaca por su alegría entre las caras largas del resto de estresados estudiantes que hace dos días que no pisan el bar.

¿Queréis saber más de ella? Aquí tenéis una pequeña entrevista que he tenido el gusto de realizarle:

Dibujar forma parte de tu día a día, pero ¿de qué forma?

Prácticamente sí, aunque parezca mentira cuando tengo mucho estrés por trabajos, si me pongo a dibujar un poco me ayuda a relajarme y a desconectar, ya

que cuando dibujo me centro en ello y es como estar en otro mundo.

¿Cuándo consideras que comenzó tu recorrido artístico?

Todos de críos hemos hecho nuestras horribles y a su vez encantadoras obras de arte. Sin embargo, cuando realmente me puse en ello fue al decidir que quería hacer el bachillerato artístico, con el pensamiento de que los otros serían aburridos. Allí empezó mi viaje de ir conformando poco a poco lo que iba a ser importante para mí en un futuro.

¿En qué te inspiras?

A veces recuerdo a alguien que he visto en el tren, otras muchas son imágenes que me vienen a la mente sin más y necesito dibujarlo rápido para que no se me vaya. También hay días en que digo “esto no lo sé dibujar” e investigo, busco imágenes de referencia y me pongo a ello. Por ejemplo, hace poco estaba buscando imágenes de ratones para entender su anatomía.

¿Lo consideras solo un hobby o pretendes dedicarte a ello?

Lo consideraba un hobby cuando creía que no podría ganarme la vida con ello. Ahora cada vez estoy siendo más positiva.

*El año pasado estudié en la Academia Taure (Barcelona) y tuve como profesor a Juanan Ramírez, dibujante americano de cómic, quien me motivó a apostar cada vez más por mis dibujos. Además, hace poco empecé a hacer algunos encargos a través de **Fiverr** y recibí un buen feedback de los compradores, cosa que me hace mucha ilusión y me hace ganar más confianza.*

En cuanto a oficio, quiero experimentar bastante. Por el momento me llama mucho el concept art con la creación de personajes, props, fondos, etc. Ya que lo veo como un trabajo con una gran capacidad de creación y sería un gran reto. Siempre he estado interesada también en el cómic y el manga.

¿Con qué actividades lo compaginas?

Este año estoy estudiando japonés, inglés, haciendo asignaturas sueltas de la carrera y con prácticas. Hago más cosas pero ya entraríamos en desorden y en mi agonía personal de cómo me organizo así que mejor no tocarlo

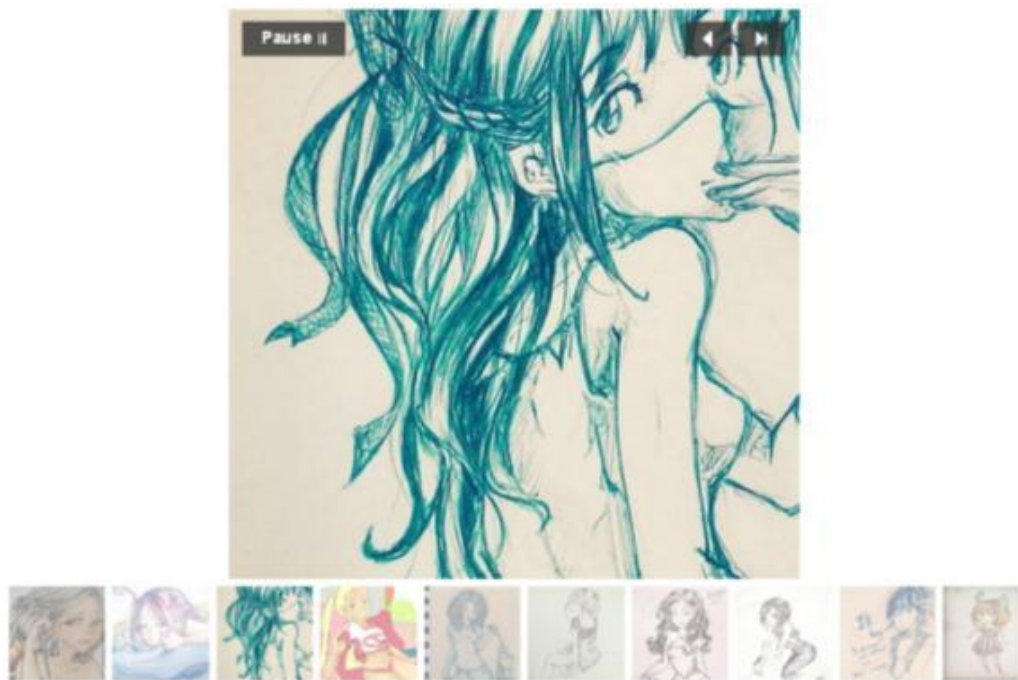
¿Prefieres dibujar a mano o a ordenador? ¿Crees que en un futuro ganaran el terreno las ilustraciones realizadas mediante ordenador?

Lo cierto es que el ordenador tiene que ser una herramienta imprescindible hoy en día, ya que quieras o no en un momento u otro necesitarás hacer un retoque,

cambiar luces y puede ayudarte a agilizar los procesos muchas veces. Pero no creo ni quiero que en un futuro deje de existir la ilustración a mano.

No negaré que hay obras en ordenador que son increíbles, espectaculares, y que yo soy incapaz de hacer. Pero donde esté un dibujo a mano tiendo a quedarme con él. Supongo que el hecho del “directo” a mano les hace mantener un trazo y frescura más distintas.

Os dejo algunos de sus **dibujos**, espero que los disfrutéis. Y si es así, no dudéis en seguirlos en su **Facebook** e **Instagram**.



Imágenes cedidas por **Anna Salamaña**

3.2. 4 febrero 2015

Dejemos las máscaras para carnaval

Se acerca **carnaval**. Queda poco más de una semana para el día de las máscaras y, no sé vosotros, pero yo tengo la sensación de que algunas personas aún no se han quitado la del año pasado. ¿Por qué hay gente que se empeña en ser quien no es? Quizá hay que empezar por aceptarse uno mismo. Una vez te aceptas, está bien querer aspirar a más, pero sin hacer trampas. Pensad cómo os gustaría llegar a ser en un futuro, pero no finjáis serlo antes de tiempo. Como todo en la vida, lleva su esfuerzo, hay que poner de nuestra parte día a día, sin engañar a los demás y, sobre todo, sin engañarnos a nosotros mismos. Siempre con la **verdad** por delante. Que sí, que a veces nos da la sensación de que es más fácil mentir que asumir las consecuencias de la verdad, pero a la larga nunca es así. Mintiendo nunca se acaba antes, porque tienes que acordarte de ello toda tu vida para no cagarla y quedarte con cara de tonto al ver que te han pillado. Así que si pretendéis vivir mintiendo, procurad tener muy buena memoria, que luego os tendréis que acordar de todos los detalles de vuestra **vida** paralela.

Y si alguien se está sintiendo identificado al leer esto: Nunca es tarde. **Mentir** es un vicio reconocido por pocos, pero cuando entras en el bucle cuesta salir. Pero hacedlo. Quitaos la **máscara** y veréis que a gusto se está siendo uno mismo... ¿Como cuando te quitas el sujetador al llegar a casa después de un largo día? Pues eso. Y oye, que si habéis tenido la poca vergüenza de ir engañando por ahí, no la tengáis ahora para reconocer que lo habéis hecho. Y empezad de cero, que todos nos equivocamos pero aceptarlo y reconocerlo es un buen inicio para un nuevo intento.

Así que dejemos las máscaras para los días de carnaval y el resto del año seamos **nosotros mismos**. ¿Qué satisfacción puedes tener cuando logras algo pretendiendo ser algo que no eres? ¿Cuándo te quieren sin saber realmente cómo y quién eres? Pensadlo, no tiene ningún sentido.



“Todo el mundo lleva algún tipo de máscara así que debes mirar con atención para encontrar la verdad que se oculta debajo. Algunos ocultan la ansiedad de hacerse mayor, otros esconden sus temores a la ruina económica, otros quieren tapar un amor que continúa estando vivo y luego están aquellos a los que se les cae la máscara y si les miras a los ojos verás quienes son en realidad y exactamente de qué son capaces.”

Mujeres Desesperadas

Imagen cedida por [Sara Herranz](#)

3.3. 6 febrero 2015

Maneras diferentes de hacer lo mismo - El Rincón Manabita

Yo también estoy cansada de hacer siempre lo mismo. El mítico “¿qué hacemos?” se ha convertido en la pesadilla de muchos, y también en la mía. No sé qué es peor, si decirlo tú sin ninguna intención de escuchar una respuesta nueva, o que te lo pregunten y sentirte la persona más **aburrida** del mundo. Pues bien, hace unos días encontré la solución.

No, lo siento, las respuestas no han cambiado. Seguiremos proponiendo ir al cine, ir a comer fuera y pasear sin rumbo. La diferencia está en salir del mismo cine de siempre, del mismo restaurante del que te sabes la carta de memoria y de las mismas calles. Sí, hay mil maneras diferentes de hacer lo mismo de siempre, solo hay que echarle **imaginación**.

Yo lo he hecho, me he atrevido a ir a un restaurante sin pizza, espaguetis y platos combinados en el menú: Un **restaurante sudamericano** exquisito, **El Rincón Manabita**. En él encontré comida típica ecuatoriana, y no sabéis lo interesante que es leer una carta con palabras que no entiendes y con ganas de probar algo **nuevo**. Eso sí, si no queréis molestar continuamente al camarero, recomiendo que vayáis acompañados de alguien que domine el tema: Guatita, encebollado, chaulafan, ceviche mariner, fritada, camarones reventados...

Yo opté por el chaulafan, y me sirvieron una enorme montaña de arroz con ternera, pollo y camarón, rodeado de maduro frito y aguacate. Muy recomendable, eso sí... mejor si llevas un par de días sin haber comido demasiado. Mis acompañantes, expertos en comida ecuatoriana, pidieron encebollado, por lo visto el plato estrella. Y con razón: Se trata de una exquisita sopa con atún, yuca, camarón... En fin, que si podéis, haced lo mismo que yo e id con más de una persona para poder probar un poquito de sus platos y llenarte de **nuevas sensaciones**. Eso sí, pidáis lo que pidáis, acompañadlo con chifles: delicioso plátano macho verde frito.

Os dejo alguna imagen de mi visita al acogedor Bar Restaurante El Rincón Manabita. ¡Y atreveos a probar cosas nuevas!



Imágenes **propias**

3.4. 9 febrero 2015

Entrevista - Jet Defrost y sus dibujo-chist

El periodista **Jet Defrost** también es de **los que disfrutan el camino más que la meta**, y aunque ha recorrido ya un poco más que Anna Salamaña en el mundo de la ilustración, tienen en común el mismo origen: los pasillos de la facultad de Comunicación de la UAB.

Las peculiares ilustraciones de Jet Defrost solo pueden ser explicadas por su peculiar sentido del humor, por lo que no hay mejor forma de que lo conozcáis que a través de esta interesante y exclusiva **entrevista**:

¿Cuándo comenzaste a ilustrar?

Comencé a ilustrar el pasado mes de agosto después de una siesta tonta de verano. Sentí la necesidad de vomitar todas las paridas que me pasan por la cabeza en algún lugar. Y, justo al lado, tenía una tablet (no hago publicidad porque no pagan) con Paper, una aplicación para dibujar (hago publicidad para ver si me regalan los lápices y colores de pago). De hecho no sé dibujar soy autodidacta como con la masturbación, aprendí sólo.

¿Ves viable en un futuro dedicarte al mundo de la ilustración como para vivir de ello?

Me gustaría dedicarme profesionalmente pero todavía no he conseguido engañar a alguien que quiera contribuir en mi locura. Así que sigo dibujando en el lavabo después de cada café matinal. Y mientras busco el modo de ganarme la vida, intento acumular el número más alto de followers (majísim@s tod@s) por si algún día me apetece montar algo a lo grande.

Te has decantado por el humor...

Dibujo las tonterías que me pasan por la cabeza en el día a día. Las anoto en una lista y voy haciendo. Más que inspiración, por el momento, las ideas me brotan en el momento más inesperado. Mayoritariamente lo que plasmo en la tablet son ocurrencias propias aunque alguna vez robo ideas de conversaciones ajenas para transformarlas al papel digital.

¿Y has contemplado la posibilidad de hacer participar de forma activa a tus seguidores proponiendo nuevas palabras con doble sentido?

He recibido alguna propuesta de gente que me sigue pero todavía no lo he

plasmado espero vaciarme primero. Todas las aportaciones son bienvenidas pese a tener un cerebro privilegiado para la tontería siempre viene bien ayuda ajena. Por eso me fijo mucho en grandes referentes del humor como El Mundo Today, La Razón, 13TV, Pedro Sánchez, Curri Valenzuela o Alicia Sanchez-Camacho.

Define tus dibujos en una frase.

Dibujo-chist. Así dicho rápido, ¿sabes? Dibujo-chist.

¿Alguna frase que te inspire en tu trabajo?

Una frase que estuvo muy presente mientras cursé la carrera y que me he ido encontrando en el camino: Lorem ipsum dolor sit amet.

Ahora vamos a ponernos un poco más serios... Pintaste a Jehová y sus testículos. ¿Volverías a hacer algo parecido después de lo ocurrido con Je Suis Charlie? ¿Opinas que han logrado sembrar el miedo?

Sí que volvería a hacer algo parecido, mis dibujo-chist son de un humor bastante blanco e inofensivo. Respeto que la gente tenga fe en dios, en su luz interior o en una maceta pero todo con unas risas sabe mejor. Creo que podemos y debemos reírnos de todo siempre y cuando eso no contribuya a reafirmar las convicciones y estereotipos que perpetúan las actuales relaciones de poder.

No creo que los que mataron a 12 personas en Charlie Hebdo hayan logrado sembrar el miedo en la gente que se dedica al humor. En todo caso, el ataque ha servido para alimentar el clima de miedo hacia 'el otro' -el mundo musulmán- que nos quieren inculcar desde arriba para justificar sus cruzadas y de paso, paradójicamente, amparándose en la defensa de la libertad de expresión, nos la coartan en favor de sus ideales. Así, por ejemplo, como señala el periodista Iñigo Sáenz en su blog en Francia tras el ataque han detenido a más de un centenar de personas acusadas de apología del terrorismo, entre ellos un conocido humorista. En España, existe el caso del humorista Facu Díaz que tuvo que ir a declarar a la Audiencia Nacional por un sketch, mientras el gobierno cocina la ley mordaza. Más que miedo esos asesinatos han reafirmado la hipocresía y el etnocentrismo de nuestra sociedad. Je suis Charlie y también José Couso, Juan txu Rodríguez, maliense, nigeriano, somalí,... Menuda chapa, perdón...

No hay duda de que Jet Defrost tiene un **cerebro privilegiado para el humor**. Si después de estas peculiares respuestas tenéis alguna duda, esto fue lo que respondió cuando le pregunté si tenía algo que añadir:

¿Porque Los Fruitis bautizaron a una piña con el nombre de Gazpacho? ¿si el patio de tu casa es particular como puede ser que cuando llueve se moja como los demás? Menuda mierda.

Ha sido difícil decantarse por unas ilustraciones u otras, pero estas son mis preferidas. Si queréis ver el resto, seguidle en su [Instagram](#) y [Facebook](#). Disfrutadlas tanto como yo.



Imágenes cedidas por [Jet Defrost](#)

3.5. 11 febrero 2015

10 citas sobre el amor que te harán reflexionar

Si tengo algo claro sobre el **amor** es que es para valientes. Enamorarse da miedo. Porque sabemos que todo lo que se construye se puede de desmoronar algún día. Pero si tenemos que empezar las cosas por cómo acabarán, ¿qué hacemos aquí? No se puede comenzar algo pensando en cuándo terminará ni ser felices pensando que algún día dejaremos de serlo. Esa no es la actitud. Sed felices mientras podáis y no neguéis al amor; Sed **valientes**, que lo malo llega solo. Y como leí hace poco en las redes sociales: *Por los siglos de los siglos, amen. Así, sin acento.*

Os dejo 10 frases amorosas que me han hecho reflexionar a lo largo de mi vida:

1. El amor concede a los demás el poder de destruirte | Luna nueva, Stephenie Meyer

Hay que aprender a confiar en que no lo harán, pero procurad elegir bien.

2. Te prequiero | Primos, Daniel Sánchez Arévalo

Para cuando todavía es pronto para decirle que le quieres, pero tienes el impulso de hacerlo.

3. Todos necesitamos tener una razón de nuestra vida, un significado para nuestra existencia, y dado que pocos somos teólogos o filósofos, la salida está en sentirnos indispensables para alguien | Vivir para vivir siempre, Jaime Borrás

Parece mentira, pero no necesitamos nada más.

4. Si me faltas me falta el aire y si te tengo lo tengo todo | Anónimo

Tan peligroso como bonito.

5. Quédate quieta, en silencio, y escucha a tu corazón, y cuando te hable... levántate y ve donde él te lleve | Donde el corazón te lleve, Cristina Comencini

Ojalá todo fuera tan fácil como en las películas y no existieran los miedos, las inseguridades, la vergüenza y el miedo a sufrir.

6. No me quieras tanto y quíereme mejor | Alfonso Casas

Como en todo, hay que aprender a valorar la calidad por encima de la cantidad.

7. Los aeropuertos ven más besos sinceros que las bodas | Sir Muse

Es más verdadero todo lo que surge que lo que se planea, así que cuando tengáis uno de esos días en el que se duda hasta del amor, visitad un aeropuerto y volveréis a creer en él.

8. No eran amantes, no eran novios y tal vez no eran amigos. Pero siempre fueron el uno del otro | J. Álvarez

Cuando no sabes describirlo pero sabes lo que sientes.

9. Ama sin medida, sin límite, sin complejo, sin permiso, sin coraje, sin consejo, sin duda, sin precio, sin cura, sin nada. No tengas miedo de amar. Verterás lágrimas con amor o sin él | Chavela Vargas

Siempre encontraremos algo por lo que sufrir, ¿por qué no arriesgarse a que sea por amor?

10. ¿Qué diferencia hay entre estar enamorado y creer que se está enamorado? Ninguna | Sobre cosas que nunca te dije, Isabel Coixet

No hay manual, solo hay que sentir.

Espero que os hayan hecho valorar el amor como merece y que, como Juno, encontréis pronto **el queso de vuestros macarrones**.



Enamorarse es volver a hablar con la entonación de un niño, pero desde la madurez de un lenguaje adulto. Es plantearse envejecer al lado de una persona y soñar una vida en común con ella. Es elegir una opción y rechazar veinte, y aún así sentir que sales ganando.

Candela Duato

Imagen cedida por [Sara Herranz](#)

3.6. 13 febrero 2015

6 planes amorosos

El 14 de Febrero es un día raro. ¿No os parece que todo el mundo odia el día de **San Valentín**? Lo cierto es que es un día forzado: Las cosas tienen que fluir, los **detalles** tienen que salir de dentro y las muestras de **amor** tienen que surgir. Es muy superficial que un día al año todas las **parejas** tengan que estar felizmente enamoradas y que la sociedad recuerde a los que no la tienen lo que se están perdiendo. Sin embargo, también celebramos otras fechas en las que creemos aun menos, así que tampoco tiene nada de malo celebrar el amor.

Para los que tenéis pensado hacer algo el día de San Valentín y para los que no, os dejo mis 6 planes amorosos favoritos. La única condición es que salga de vosotros y no de una convicción.

1. **Cena:** No hace falta velitas ni cenas de infarto; con una manta y ganas de pasar un rato juntos es suficiente.
2. **Pasear:** Por la playa, por la montaña, por el parque, por el centro de la ciudad o por donde sea; lo importante es disfrutar de la compañía.
3. **Ikea:** Puede parecer absurdo, pero no lo es tanto. Si todavía no vivís juntos, una tarde en Ikea puede despertar las ganas de pensar en un futuro en común. Y si ya vivís en pareja... siempre es un buen momento para decorar vuestro nidito de amor.
4. **Escapada a Andorra:** Aprovechad el invierno para ir a esquiar, estará cargado de anécdotas que enriquecerán vuestra relación. Y además, si añadís una parada en Caldea, la escapada será perfecta.
5. **Viajar:** No hace falta que lo hagáis ni a Venecia ni a París. Viajad a donde más os apetezca y el amor ponedlo vosotros.
6. **Cabanes als arbres:** Los que os podáis permitir un capricho, pasad una noche de ensueño en una adorable **cabaña de árbol**.

Como podéis comprobar, hay planes simples y alguno más original... Pero es para recordaros que todos valen, porque **cuando hay amor lo demás no importa**.



Imagen **propia**

3.7. 16 febrero 2015

10 cosas que todos pensamos - Monstruo Espagueti

Hoy es el turno de **Monstruo Espagueti**, que es en realidad Anastasia, una ilustradora de Barcelona. Lo que más me gusta de ella es que en sus trabajos plasma pensamientos cotidianos de una forma tan natural como original, acompañados por un divertido dibujo que los hace únicos.

En la mayoría de ocasiones se atreve a darle a sus **ilustraciones** un tono infantil que todos utilizamos a veces al pensar las cosas que se nos pasan por la cabeza, aunque nos de vergüenza admitirlo. Y este es quizá uno de los motivos que hace que te rías entre dientes completamente **identificado**. El otro motivo es que, como ella misma confiesa en una entrevista en Zurdas, su tema estrella es la **frustración**. Así que sí, chicos, será que todos somos unos frustrados.

Ahí van **10 pensamientos comunes** ilustrados por **Monstruo Espagueti**:

1.



Idea: "Mañana madrugaré para ir al gym, iré a visitar a mi abuela, ordenaré la habitación y si estudiaré un par de horas para avanzar el examen de la semana que viene"

Realidad: zZzZ, Facebook, Twitter, Instagram, "ups, ya es tarde para ir al gym", pinterest...

2.



La mayoría lo aconsejamos. ¿Qué fácil es, eh? Lo difícil es hacer caso y no acabar llorando.

3.



No sé vosotros, pero yo sospecho de la vida supuestamente perfecta de algunas personas. Vale que cuando lloremos no nos hagamos una foto para subirla (o sí, quién sabe) pero no os paséis que se os ve el plumero.

4.



¿Qué nos pasa antes de dormir que cada tontería parece el fin del mundo?

5.

atención por favor!
he venido del futuro
¿no me reconoces?
soy tú misma
dentro de 10 años
ya sé que todavía estás
en la uni, he venido a
contarte más que nada
que todo es un puto
tengo ja ja ja qué gracioso
verdad 4 años de tu vida
para ganar una mierda de
sueldo Bueno te dejo no
olvides estudiar mucho ja ja
era una bromita xxx

Jeje qué bromita más graciosa. Todos tenemos ese miedo, pero ahí seguimos, estudiando mucho por si acaso no es verdad.

6.

ENTREGAR
UN TRABAJO

Diagram illustrating the progression of a person's life and mental state:

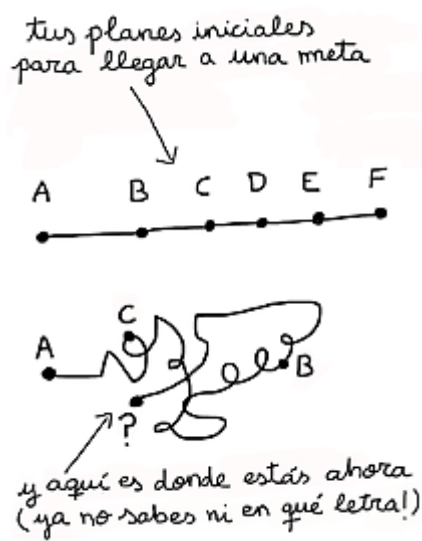
- Initial State:** Happy (smiley face).
- Transition:** Neutral (smiley face).
- Event:** Surprised (smiley face with open mouth).
- Consequence:** Sad (frowny face).
- Final State:** Very Sad (frowny face with a sweat drop).

The timeline is divided into three phases:

- Phase 1:** vivir la vida como si fuera un anuncio de cerveza (live life as if it were a beer commercial).
- Phase 2:** acordarme de repente + ataque de pánico agudo (suddenly remembering + acute panic attack).
- Phase 3:** hacerlo todo sin dormir y dándome cabezazos (do everything without sleeping and hitting my head).

Ups. Y ya podemos hacer una carrera de 20 años, que nos seguirá pasando...

7.



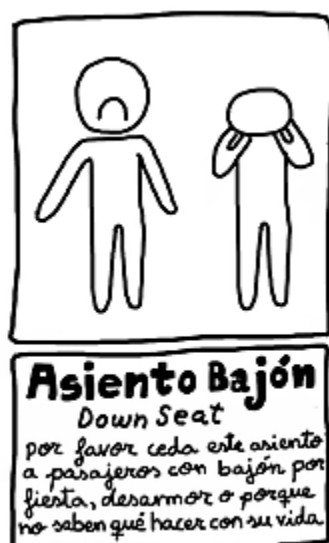
La manía que tenemos de complicarnos la vida. ¿Cómo podemos llegar a hacer tan difícil todo? Será de tanto practicar.

8.



El nuevo ciclo de la vida.

9.



Quién no ha pensado en algún momento “ni soy un anciano ni estoy embarazada, pero yo también necesito un asiento reservado hoy”. En un primer momento os puede parecer una buena idea, pero si cada vez que nos pasa algo tuviéramos un asiento, debería haber tantos como personas en el mundo.

10.



Creo que soy una patata ansiosa. ¿Alguien se une?

Y aquí os dejo unas cuantas ilustraciones más, ¡No tienen desperdicio! Y si todavía os quedáis con ganas de más, seguidle en sus redes sociales [Facebook](#) e [Instagram](#).



"Yo siempre he sentido que tenía algo que ofrecer pero no sabía cómo expresarlo y sentía mucha envidia por los que siempre han tenido claro lo que quieren. [...] Me he dado cuenta de que la gente que vive con una pasión por algo; ya sea la medicina, la cocina, la fotografía, el periodismo o lo que sea, es imparable. Por eso cuando tenga un hijo le diré se tome el tiempo que necesite en pensar lo que le apasiona y que se dedique a ello sin duda, me da igual lo que sea."

Imágenes cedidas por [Monstruo Espagueti](#)

3.8. 18 febrero 2015

De amistad y cosas varias

Qué fácil es hablar de lo mal que nos va, del poco tiempo que tenemos para hacer lo que queremos, de lo caro que es todo lo que en realidad ni necesitamos, de lo rara que es tu familia y de los problemas con tu pareja. Qué fácil es hablar de lo malo. La de **sentimientos** negativos y **emociones** que se nos pasan por la cabeza. Nos podemos pasar horas y horas hablando sobre ello con cualquiera.

Pero, ¿os habéis parado a pensar de lo que nos cuesta hablar cuando parece que **todo** lo que nos pasa es bueno? No sé si por vergüenza o porque no estamos acostumbrados a hablar de lo bien que nos va realmente la **vida**, pero ambas opciones son bastante tristes y se resumen en lo mismo. ¿Vergüenza de qué? ¿De no parecer humilde? ¿De que piensen que presumes? Si has elegido bien la gente que te rodea, no te tienes por qué avergonzar o preocupar de qué pensarán. Si son quienes dicen ser y te quieren de verdad, no podrán sentir otra cosa que no sea alegría. Si por el contrario, te das cuenta de que no es así, aléjate. Bastante tiene uno con lo que tiene (y con lo que no tiene), como para que una **amistad** le traiga preocupaciones.

Dicen que un amigo no solo tiene que ser para los buenos **momentos**, sino también para los malos. Yo valoro más lo contrario. Si os paráis a pensar en el mundo en que vivimos... es más probable que estén en las malas, donde es fácil hablar y opinar sobre lo mal que te va la vida, que en las buenas, que es donde de verdad nos damos cuenta de quién quiere vivir a nuestro lado. Que para quejarte de la vida sirve cualquiera que tenga un rato. ¿No valoráis más que un amigo acuda a vosotros con total confianza y sinceridad a explicaros cómo se siente de verdad? Y sobre todo si este sentimiento es de pura felicidad, que por cierto, dicen que todo lo malo se pega, pero oye, que la **felicidad** de alguien a quien quieres, también.

No tengáis miedo de alejaros de aquello que dabais por sentado. No tengáis miedo de apartar de vuestras vidas aquello que pone obstáculos en vuestra felicidad.

Sed felices, y **escoged bien**.



"Desde donde estoy ahora veo lo suficiente del camino para comprender cómo hay que recorrerlo. El truco está en seguir hacia delante, olvidar el miedo y los remordimientos que nos frenan y que nos impiden disfrutar de un viaje que acabará muy pronto. Sí, habrá giros inesperados en el camino, asombrosas sorpresas que no nos esperábamos... pero de eso va la vida, ¿no lo creen?"

Mujeres desesperadas

Imagen cedida por [Sara Herranz](#)

3.9. 20 febrero 2015

6 películas que me encantan

“**Cada persona es un mundo**”. Cuántas veces lo decimos y cuántas veces seguimos convicciones que ni nos interesan por ser aceptados en la sociedad. Os voy a hablar de **cine**, pero es extrapolable a todos los ámbitos de la **vida**.

Que sí, que los **Oscars** son los premios de la Academia y blablabla, pero oye, que les guste a ellos no quiere decir que nos guste a todos. Está genial que valoren las **películas** porque para ello son críticos de cine, pero yo os animo a que vosotros también lo seáis. Y no me refiero a hacer una reseña de cada peli que veáis, que lo profesional mejor dejárselo a ellos que para algo se han formado. Me refiero a que seáis **críticos**, que creéis vuestras propias **opiniones** y que conozcáis vuestros propios **gustos**: ved las películas que os llamen la atención por sí mismas y no por tener una estatuilla dorada en su cartel. ¿Cuántas veces habéis visto pelis con Oscars que os han aburrido y cuántas otras películas os han encantado y ni han sido nominadas? Que no os guíe nada más que vuestro **instinto**.

Estas son algunas de mis películas favoritas:

- ***Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988), Pedro Almodóvar.**

Tan aparentemente incoherente como divertida.

“Demasiadas mujeres para un espacio tan grande”

- ***Jeux d'enfants* (2003), Yann Samuell.**

Una historia de amor que comienza como un juego.

“Un juego de idiotas tal vez, pero era nuestro juego”

- ***Little Miss Sunshine* (2006), Jonathan Dayton y Valerie Faris.**

Una pequeña niña de siete años se presenta a un concurso de belleza y nos da una gran lección.

“El verdadero perdedor no es aquél que no gana. El verdadero perdedor es aquél que tiene tanto miedo a no ganar que ni siquiera lo intenta.”

- ***Juno* (2007), Jason Reitman.**

Conmovedora historia adolescente acompañada de una perfecta banda sonora.

“Solo me gusta ser una pequeña pieza en tu extraña vida”

- **500 días juntos (2009), Marc Webb.**

Historia de amor que no parece de película; historia de amor de las que acaban.

“Nos quiero”

- **Primos (2011), Daniel Sánchez Arévalo.**

Tres primos y un pueblo bastan para hacerte sentir ternura y diversión.

“No puedo decir que te quiero porque es demasiado pronto, y no te quiero asustar.

Por eso te digo que te prequiero. Te prequiero mucho.”



Imagen de **Anna Saramaña** exclusiva para *Siéntate que te cuento*.

3.10. 23 febrero 2015

9 verdades que nos cuesta admitir – Clarilou

Clarilou es en realidad Clara Lousa, una estudiante de ingeniería de Coruña. En su **blog** confiesa que tiene “debilidad por las cosas bonitas” y describe sus dibujos como “**ilustraciones** femeninas con un toque de humor un poco variopintas”.

Y bien, **cosas bonitas** es lo que se dedica a hacer: Con sus dulces ilustraciones en tonos pastel, muestra reflexiones sobre momentos del día a día que en muchas ocasiones no parecen tener importancia. Ella nos recuerda que nunca está de más tenerlos en cuenta y, sobre todo, que nos los tomemos con humor.

Aquí os dejo 9 verdades que nos cuesta admitir, ilustradas **adorablemente** por Clarilou:

1.



Y qué rabia da saberlo y no poder evitarlo. Ommmmm.

2.



Pues sí, es más normal que se gaste de ignorarlo que de usarlo, ¿no creéis?

3.



Un hijo, un libro... ¿y plantar un árbol? Já, lo que marca de verdad un antes y un después es un jäger, y lo sabéis, no os hagáis los locos.

4.



Pero tan taaaan frías...

5.



Podemos decir una y otra vez que no necesitamos a nadie para ser feliz. Y eso está genial, pero es absurdo negar que aporta un extra de felicidad.

6.



A veces preguntamos cosas sabiendo que cualquier respuesta nos enfadará. Si dices no y mientes... Bronca. Pero si dices que sí, posiblemente será lo último que hagas.

7.



“Cómo me liasteis...” Sí, Sí.

8.



Qué importante es hacer ejercicio. Aunque solo sea para llegar mejor al mando de la tele.

9.



Yuhuuu, por lo visto no soy la única a la que le pasa :)

Si os habéis quedado con ganas de más, podéis seguir a Clarilou en sus redes sociales [Facebook](#) e [Instagram](#).

"El pelo crece, los problemas pasan y el tiempo vuela"
Clarilou

Imágenes cedidas por [Clarilou](#)

3.11. 25 febrero 2015

La racionalidad es incompatible con la vida

Parad. Parad de intentar racionalizar todo. Dejadlo, de verdad. ¿Para qué? ¿Para qué queréis entender la vida? ¿Y por qué nos empeñamos en entender el amor? **Las cosas importantes no se entienden, se sienten.**

Que el amor, como la vida, no es **lógico**, ni **racional** ni nada que se aleje demasiado de la **locura**. Pero bueno, que para los que os empeñáis en darle coherencia a todo, podéis seguir pensando que como en El Bar Coyote, ese chico no os ha seguido a casa y simplemente ha caminado 26 manzanas en dirección equivocada. ¿Sois más felices así? Adelante. Pero os deseo suerte. Suerte para que el momento en que os deis cuenta de lo equivocados que estáis (que llegará seguro) esté cerca. Para que así podáis empezar a **disfrutar**, a **sentir** sin pensar, a dejaros llevar, a que améis sin buscar motivos y a que os dejéis **querer** de verdad.

Está claro que todo en exceso es malo, así que tampoco deberíamos ser irracionales en todos los ámbitos de la vida. Lo que hay que hacer es saber elegir. Que ser racional está genial, pero en los **sentimientos** esta opción es incompatible. ¿Qué lógica tiene querer dormir incómodo en una cama de metro ochenta? Ninguna. Pero aquí estamos, queriendo dormir con la persona que queremos cada noche. Si no os convence este motivo, parad a pensar en vuestras experiencias y encontraréis otro.

Y para los que no estéis de acuerdo con esto... ya llegará "alguien que os desconecte el **cerebro** y os encienda el **corazón**" (Prozac Nation).



"Amar es sufrir. Para no sufrir uno no debe amar, pero entonces se sufre por no amar. Así, amar es sufrir, no amar es sufrir, sufrir es sufrir. Ser feliz es amar. Ser feliz entonces es sufrir, pero el sufrimiento te hace infeliz. Entonces para ser feliz uno no debe amar o amar para sufrir, o sufrir de mucha felicidad. Espero que me estés entendiendo".

La última noche de Boris Grushenko, Woody Allen.

Imagen cedida por [Sara Herranz](#)

3.12. 27 febrero 2015

Segundas oportunidades - Mercadillos Barcelona

Hoy os traigo un buen plan, sobre todo para los nostálgicos y para los amantes de las cosas bonitas: visitar un **mercadillo** de segunda mano.

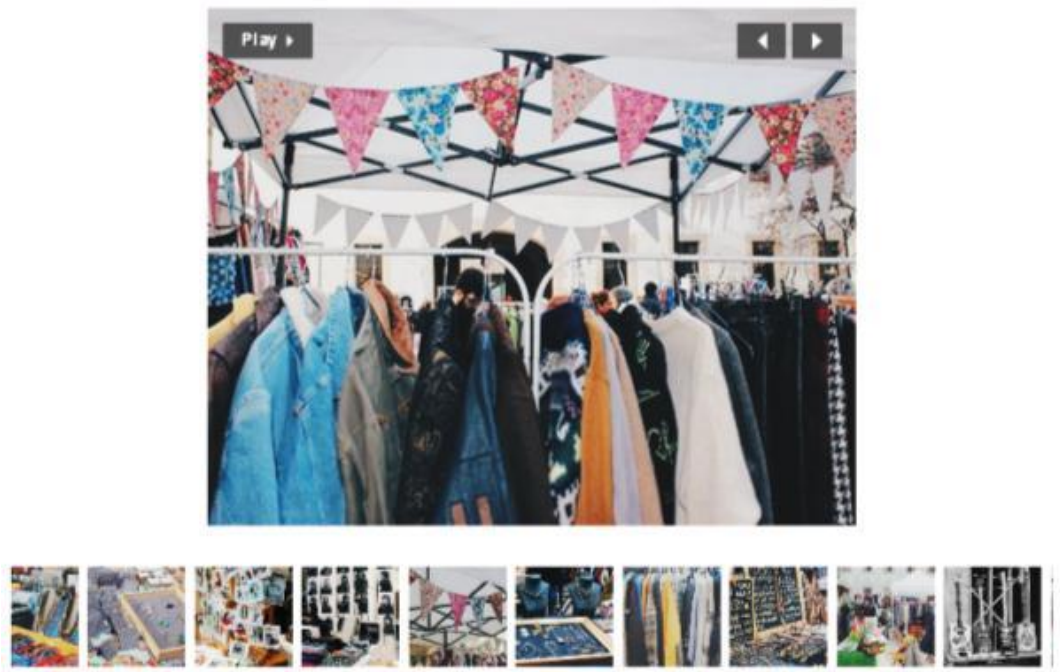
Todo, o mejor dicho, casi todo, merece una **segunda oportunidad**: Si algo nos ha hecho feliz una primera vez, ¿por qué no darle una segunda oportunidad a no repetir los mismos errores? Y si sale mal, a otra cosa mariposa, que de la primera a la segunda oportunidad siempre pasa un tiempo... tiempo en el que normalmente nos damos cuenta de que pocas cosas en la vida son imprescindibles.

Hay personas que se cansan de ciertas prendas **de ropa, de complementos, libros, CD's...** y optan por otorgarles una segunda oportunidad en algún mercadillo. Porque lo que a nosotros ya no nos hace satisface, a otro le puede hacer muy feliz. ¿Necesitáis algún motivo más? Pues por si acaso, aquí va otro: si no te convence nada, que lo dudo, al menos habrás pasado un buen rato rodeado de **cosas bonitas y buen rollo**.

Os nombro algunos mercadillos de Barcelona:

- 1- **Demanoenmano**
- 2- **Encants**
- 3- **Flea Market**
- 4- **In and out**
- 5- **Lost and found**
- 6- **Mercat de Sant Antoni**
- 7- **Two market**

Hace un par de semanas tuve la oportunidad de visitar el mercadillo **Demanoenmano** y me encantó. Podéis disfrutar de él de nuevo este finde en el Convent de Sant Agustí Comerç 36. Os dejo algunas fotos de las que hice, ¡a ver si os animáis!



Imágenes **propias**

3.13. 2 marzo 2015

12 piedras con las que tropezamos - Alfonso casas

“Soy **Alfonso Casas**, y soy **ilustrador**.” Así se presenta el artista de hoy al ser entrevistado en dailymetal.eu, donde se le define como “uno de los ilustradores del 2.0 más reconocidos”.

La ilustración de Alfonso Casas, que trata del “**amor en sus múltiples estados**” (Pedro Pollán), ha ido evolucionando hasta pasar a otorgarle un lugar importante a la palabra, de forma que texto y dibujo se complementan mutuamente. Además, presenta sus obras de una forma sencilla, con un personaje común en la mayoría y jugando con tres únicos colores: blanco, negro y rojo. El motivo de limitarse al uso de estos colores es el mismo que el de este blog, y el ilustrador lo explica de forma clara: “se trata de plasmar una **idea desnuda, rápida y directa**. Al estar muy relacionadas con el tema del amor y el dolor, el uso del rojo fue una consecuencia directa del mensaje.”

Sus ilustraciones “hablan de esos lugares comunes que todos hemos vivido, esas piedras con las que juras no volver a tropezarte y con las que vuelves a caer” (Alfonso Casas, [entrevistado](#) por M^a del Mar López). Pues bien, aquí os dejo algunas de las **piedras con las que tropezamos**, ilustradas por Alfonso Casas:

1.



Cuando nos empeñamos en encajar pero no hay manera...

2.



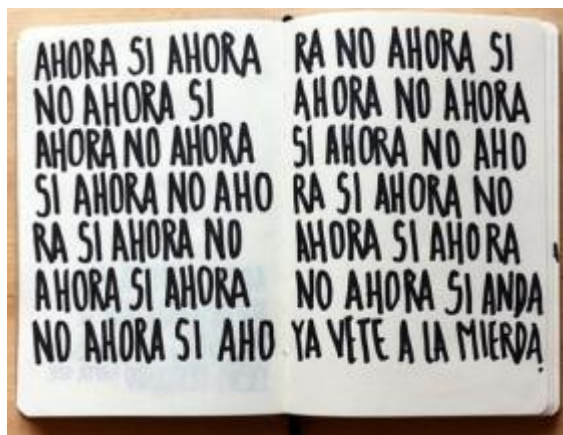
... Y aunque no haya manera, preferimos seguir intentándolo.

3.



¿Cuántas veces nos ha pasado? ¿Y cuántas más nos pasará?

4.



Así de claro (a la decimonovena vez): que para que te quieran a ratos es mejor que no te quieran.

5.



Nos conformamos con poco cuando menos debemos.

6.



El orgullo puede ser eterno, pero recordad que la vida y las oportunidades no lo son.

7.



Hay que hablar las cositas sin importancia, para que sigan siendo eso: cositas sin importancia.

8.



Pues eso, que el lunes empiezo.

9.



Y saber que seguirá pasando.

10.



Una de mis **frases amorosas** favoritas.

11.



Sed optimistas pero con los pies en la tierra. Menos cuando améis, ahí levantadlos un poco.

12.



Sí, es complicao. Pero por eso mismo hay que ser conscientes y cuidarlo bien.

Si queréis estar al tanto de sus ilustraciones, seguidle:

[Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#). ¡No os arrepentiréis!

"Creo que vivimos en un momento en el que las cosas se quieren de inmediato, nos hemos vuelto cortoplacistas y ya no luchamos por mantener algo, lo reemplazamos por algo nuevo y seguimos adelante, nos creamos constantemente nuevas necesidades que hace dos días no conocíamos y de repente se vuelven indispensables. Apenas le damos valor a las cosas, y eso también nos pasa con el amor."

Alfonso Casas (entrevistado por David Fernandez)

Imágenes cedidas por [Alfonso Casas](#)

3.14. 4 marzo 2015

Tópicos innecesarios

Ni unos tanto ni otros tan poco. Ni *nosotras* somos tan complicadas ni *vosotros* tan simples. Para cada persona lo normal es lo suyo y lo raro lo de los demás. ¿Para qué extrapolar esto a una lucha entre géneros? ¿Alguien me lo explica? Basta ya de topicazos de **hombres y mujeres**. Que vale, quizá hay patrones que se repiten, pero ¿y qué? Esto no es una competición, jugamos en el mismo equipo. Y en un equipo, todos tienen que poner de su parte. **No cuesta tanto entendernos, solo hace falta que nos queramos entender.**

Me explico...

- Me gustaría que fueras más cariñoso
- Intentaré serlo más
- No es eso...

[Cerebro hombre colapsado: *¿pero qué coño? Estáis todas locas, no hay quien os entienda.* Error. Si realmente le quieres entender, pregúntale. No la des por causa perdida porque el padre del amigo de tu hermano no entendiera a una mujer alguna vez. Que oye, igual tiene sus motivos, o igual no, vale, pero atrévete a preguntar]

[Cerebro mujer incomprendida: *Sí que me gustaría que fueras más cariñoso, pero no quiero que lo seas porque yo quiera que lo seas. No quiero que lo hagas para complacerme porque solo me complacería si saliera de ti porque sí. Entonces no quiero que ahora te fuerces a intentar serlo, solo que cuando lo seas porque te salga, que sepas que me gustará. Y si te sale más a menudo, pues mejor. Si lo leéis un par o tres de veces, tiene sentido.]*

Solución A: Fin de la conversación (y a largo plazo de la relación).

Solución B: Ambos ponen de su parte, rompiendo con los tópicos que a veces seguimos por pura comodidad. Él pregunta sin prejuizar y ella intenta ser breve y concisa:

- ¿A qué te refieres mi amor?
- Me gustan las personas cariñosas, pero solo quiero que lo seas cuando te salga de corazón.

Me pregunto cómo hubiera explicado esto un hombre. Aunque bueno, seguramente ni se hubiera planteado este post como para escribirlo. ¿O sí? No se sabe. **No depende del género, depende de la persona.** Y si os empeñáis en extrapolar algo, que sea esta última frase: ni del género, ni de la raza, ni de la nacionalidad, ni de la estatura... de la persona.



Imagen cedida por [Sara Herranz](#)

3.15. 6 marzo 2015

A veces se gana y otras se aprende

No hay edad para jugar. Y mucho menos para dejar de hacerlo. Y a los que creáis que jugar es solo cosa de niños: estáis equivocados y, además, os estáis perdiendo **una de las partes más divertidas de la vida**.

El caso es que conforme vamos evolucionando, el tipo de juegos que nos gusta va cambiando. Es normal que con 21 años no juguemos a las Barbies, pero ¿no es normal también que juguemos a juegos absurdos mientras bebemos cervezas con amigos? Pues así sucesivamente, sin darnos cuenta vamos adaptando la forma en que nos divertimos a nuestras necesidades. Y eso está genial, porque querer divertirse es esencial para seguir **disfrutando** de las cosas. Y además, de todo juego sale algo bueno, ya que en palabras de Mr.Wonderful, “a veces se gana y otras se aprende”.

Así que ya sabéis: jugad, reíros, pasad un buen rato, disfrutad de la vida y de vuestros compañeros de vida. Pero jugad bien, jugad sin trampas y, sobre todo, si jugáis con alguien... Aseguraos de que la otra persona también esté jugando.



"La verdad es que todo el mundo se salta las normas de vez en cuando, sin pensar ni por un segundo que les pueden pillar, pero si les pillan simplemente piden que se les perdone. Y la mayoría de las veces se les perdona. Pero algunos actos son tan malvados que sólo pueden recibir nuestra condena. ¿Cómo se puede evitar correr esa suerte? Bueno, el truco está en saber que normas se puede uno saltar y cuales son imposibles"

Mujeres desesperadas

Imagen cedida por **Elodie moreno**

3.16. 9 marzo 2015

12 sabios consejos de la artista Charuca

La artista de hoy es **Charuca**, y se dedica concretamente a hacer cosas con amor, tanto personajes como diseños. ¿Su propósito? **Hacer feliz a la gente**, y que con sus creaciones sientan todo el amor que ha puesto al elaborarlos.

Desde hace años, su sueño era poder crear y vender su propia línea de productos de papelería. Y está en ello, ya que con pequeños y a la vez grandes pasos está logrando encontrar su sitio. Sin duda alguna, Charuca está consiguiendo lo que se propone. Y además, está llevando a cabo un **blog** en el que nos da consejos al resto para que también consigamos aquello con lo que siempre hemos soñado.

He recopilado algunos **consejos** de **Charuca** con tal de que os sirvan a todos, sea cual sea vuestra meta:

1. **“Equivocarnos es bueno.** El error es el camino, es el movimiento, es la única manera de conseguir nuestros objetivos. Tus errores te van a enseñar mucho más que tus aciertos. Abrázalos y se convertirán en tu mejor aliado. Una vida sin errores es una vida sin crecimiento. Equivócate sin miedo. Todo lo que puedas.
2. **El amor es lo único que importa.** El amor hacia las personas, hacia lo que haces y sobre todo el amor hacia ti mismo. El amor es el único camino para ser feliz. [...] El amor que inviertas en tu proyecto se traducirá en resultados. [...] Si quieres que funcione, vas a tener que dedicarle atención, tiempo y sobre todo mucho amor.
3. **Nunca, never, ever, trabajos gratis.**
4. **Sé constante.** Es lógico. ¿Qué pasaría si dejas de regar esa plantita durante un mes? Pues fácilmente se pondrá mustia y tendrás que volver a empezar. Trabaja cada día. Si eres constante, te esfuerzas y crees en ti, poco a poco conseguirás tu objetivo. Sea el que sea. No hay magia ni factor suerte. Es así de fácil y así de difícil.
5. **No pasa absolutamente nada por tener miedos.** Es una reacción natural ante algo desconocido. De hecho hasta diría que mola tener miedos porque eso significa que estás haciendo cosas emocionantes. **¿Cómo se superan? Pues sólo hay un camino que es: exponerse a ellos.**

6. No pierdas de vista tu motivación.

7. Pa-cien-cia. Paciencia, paciencia, paciencia... Los procesos llevan su tiempo.

8. Diviértete. [...] Busca actividades que puedas hacer para olvidarte de la negatividad y entretenerte. Si te gusta bailar, vete a bailar, o al campo, a pasear con tus amigos, a leer a una terracita soleada...

9. Rodéate de gente positiva y activa, te contagiarán con su energía. Tu tiempo es muy valioso. Inviértelo en pasarlo con personas que te motiven.

10. Si las cosas siempre te salen igual deja de hacer siempre lo mismo. Altera el guión de tu vida. Prueba cosas nuevas.

11. Todos tenemos un enanito tocanarices que nos empieza a fastidiar cuando estamos en horas bajas. Cuando la voz interior te dé la voz de alarma (lo identificarás porque empezará a decirte que no molas nada y que todo lo haces mal y bla bla bla...) no le hagas ni caso. Tómallo como una señal de que estás bloqueado, de que necesitas diversión y **mimitos para recargar las pilas**. Se cansará de fastidiar en cuanto tus energías vuelvan a estar a punto.

12. Haz cosas para ti. Baila como si nadie te estuviera mirando.”

Si queréis estar al tanto de todas sus novedades, no dudéis en seguirla en sus redes sociales **Facebook**, **Twitter** e **Instagram**. Aquí os dejo algunas de sus fantásticas imágenes:



"El primer paso para conseguir lo que quieres, es aprender a decir no a lo que no quieres"

Charuca

Imágenes cedidas por [Charuca](#)

3.17. 11 marzo 2015

¿Cómo sería el mundo sin miedo?

¿Sabéis cómo se me pasaba el **miedo** de pequeña? Cuando mis padres o mi hermana tardaban en llegar a casa pensaba “¿Estará bien? ¿Le habrá pasado algo?” y rápidamente encendía la tele y al ver que la programación era igual que siempre, pensaba que todo estaba en orden y se me pasaba el miedo.

Es **absurdo**, sí, pero de verdad que me quedaba tranquila.

Con esto quiero decir que cualquier método, por absurdo que sea, que contribuya a tener menos miedo es bueno. Porque un poco de miedo no está mal, ¿Os imagináis un mundo en el que nadie tuviera miedo a nada? sería una **completa locura**. Pero el exceso de miedo es malísimo para la **felicidad**: esa sensación de angustia permanente, de tensión, de esperar algo malo... Miedo a la soledad, al fracaso, a lo desconocido, a la decepción, al futuro, al compromiso, a perder lo que tienes, a no saber lo que quieres...

Tener mucho miedo no lleva a nada bueno, solo a vivir reprimido y a perderte cosas que te podrían encantar. Así que por muy absurdo que sea vuestra forma de sentirlos más seguros... Adelante: pensad que siempre habrán gatos dispuestos a hacernos compañía, haced una clase de defensa personal, llevad un paraguas en el bolso aunque haga un sol radiante, enamoraos creyendo que existen los príncipes azules... Lo que sea, pero **que el miedo no os impida ser quien queréis ser**.



"También, en general, detecto mucho miedo y poco peligro. No hay peligro suficiente para tanto miedo como tenemos."

Ajo

Imagen cedida por **Sara Herranz**

3.18. 13 marzo 2015

Haciendo grande un día cualquiera - 100 Montaditos

Son pocas las personas que no han oído hablar de los **100 Montaditos**, pero aún son menos las que lo han oído y han aguantado la tentación de ir. Los que han ido, repiten, y a los que no lo habéis hecho: Hacedlo. **100 Montaditos** es una cadena de cervecerías que tiene más de 300 locales. Las cifras son altas, sí. Pero, ¿Qué tiene de especial? Pues bien, **lo especial lo pones tú**. Lo ponemos todos los que vamos, en busca de buen rollo y pasar un buen rato, creando así un ambiente inmejorable.

El local ofrece una **amplia carta** de montaditos con todo tipo de combinaciones, desde el básico jamón de reserva con aceite de oliva para los más sanos hasta el de chistorra con bacon crispy y salsa brava para los menos. Además de estos peculiares montaditos, también encontramos ensaladas, tapas para picar, aperitivos y varios tipos de bebidas. ¿Te parecen pocos motivos para probar? Ahí va otro: Toda esta oferta por **precios muy bajos**.

Así que ya sabéis, cualquier día puede acabar siendo un gran día. Si estudias, si trabajas, si ni estudias ni trabajas, si lo intentas... todas las situaciones son buenas para acabar el día en 100 montaditos, solo necesitas **buena compañía**.



*Buen ambiente, comida, ofertas, refrescos,
buen precio, variedad y cerveza bien fría.
¿Qué puede salir mal?*

Anónimo

Imagen **propia**

3.19. 16 marzo 2015

Entrevista - Hello Moreno y sus transparentes ilustraciones

¿Recordáis la foto del post sobre **juegos**? Pues era de **Elodie Moreno (Hello)**, una magnífica ilustradora que llena a sus seguidores de experiencias y sensaciones.

Tras unas semanas dedicadas a ilustradores más conocidos... Volvemos a una artista recién sacada del horno, de las que están empezando, de las que tienen todo el camino por delante. Y **Hello** está empezando fuerte. Lo que más me apasiona de la **ilustradora francesa** es la aparente sinceridad de sus ilustraciones. Digo aparente porque desde antes de mantener contacto con ella, sentía que sus dibujos la definían: timidez, sencillez cuidada, delicadeza, serenidad... Tenía la sensación de conocerla, de saber cómo era ella, como si al dibujar se estuviera dibujando a sí misma y estuviera plasmando sus **sentimientos**. ¿Lo mejor de todo esto? Que tras hablar con ella y conocerla un poco más, he podido confirmar todo esto.

¿Por qué has decidido que la gente te conozca como Hello a la hora de ilustrar?

Mi nombre es Elodie, pero en Inglaterra es muy difícil de decir... Es un nombre típicamente francés y la pronunciación les cuesta. Necesitan algo fácil de decir y recordar. Así que la mayoría de las veces me llaman Elo, y eso me dio la idea del apodo "Hello". ¡Me gusta porque da juego!

¿A qué te dedicas actualmente?

Estoy realizando un Master de Diseño Gráfico en AUB (Arts University of Bournemouth). Después de 3 años en ECV (School of Visual Communication) en Aix-en-Provence, decidí dejar todo e ir a otro lugar. Fue una decisión difícil e importante, pero me lo tomé como un reto personal. Necesitaba aire fresco, nuevas experiencias, conocer gente nueva y, sobre todo, aprender a hablar inglés con fluidez.

¿De qué forma está presente en tu vida la ilustración?

Me estoy formando en el área de Diseño Gráfico, pero lo que realmente me gusta es la parte de ilustración, que es la más personal. Siempre he ilustrado en mi tiempo libre, inspirada por mi entorno a veces por una cita, otras por una canción...

¿Qué es lo que más te gusta de dibujar?

Especialmente me encanta trabajar en la textura del cabello... Por eso me centro bastante en dibujar retratos de chicas. También me inspiro en formas étnicas. Además, la técnica del patrón es una de mis herramientas principales: Lo que más me interesa del patrón son los pasos que el espectador tiene que hacer para poder verlo; tiene que involucrarse, ser paciente y observar cuidadosamente. El efecto que causa cuando estás lejos, y los detalles que vas descubriendo a medida que te acercas. Me encantaría usar esta técnica en papeles pintados, ropa...

¿Cómo te defines como ilustradora?

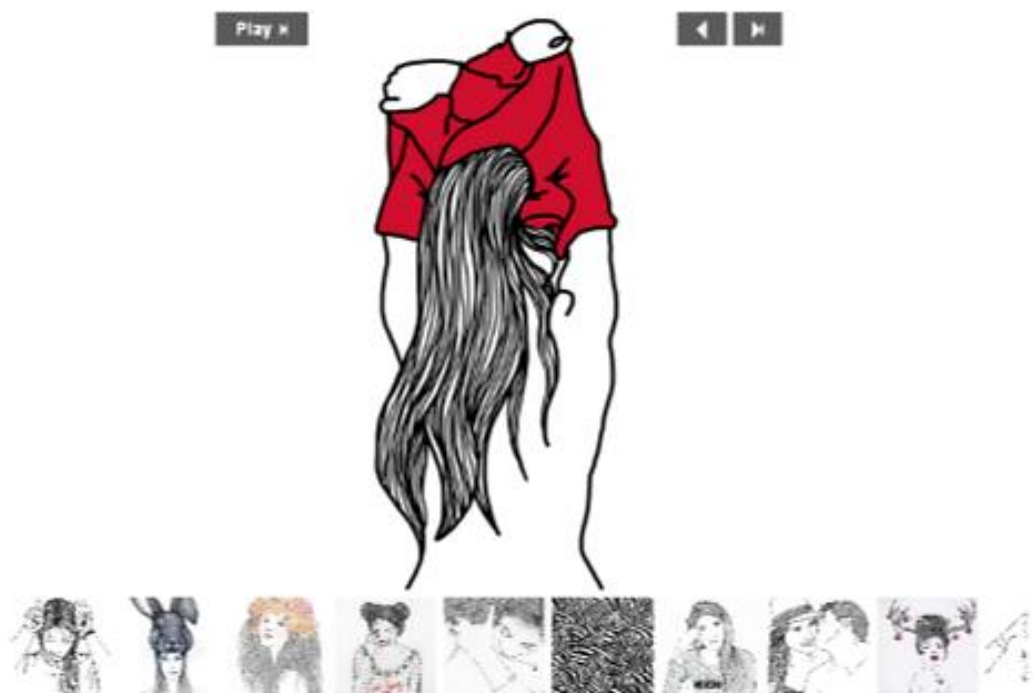
Tengo una virtud y un defecto al mismo tiempo: Soy una persona muy perfeccionista. Siempre tengo la sensación de que mi trabajo no está terminado y que siempre podría haberlo hecho mejor. No puedo hacer nada a medias. O lo hago totalmente o no lo hago. Esto precisa mucho tiempo pero, a la vez, es la forma de conseguir estas ilustraciones tan detalladas (¡aunque soy completamente consciente de que existen trabajos mucho más detallados!).

¿Y como persona?

“Sólo soy una chica que quiere compartir con la gente y descubrir cosas nuevas. Trabajando duro en sus estudios, tratando de averiguar su sueño en el área de la ilustración, y que dibuja lo que le gusta con la esperanza de que la gente también lo aprecie y lo ame. En cuanto a las demás características de mi personalidad... ¡Realmente no me gusta ser yo quien las diga! Es mi lado tímido...”

Con esto queda claro que, en efectivo, sus ilustraciones son sinceras y transparentes. Inconscientemente, muestran una parte de ella y de su personalidad: esa **timidez, sencillez, delicadeza y serenidad** de las que os hablaba antes...

Os dejo algunas de sus ilustraciones. ¿Qué os parece darle un empujoncito siguiéndole en sus redes sociales? **Facebook** e **Instagram**.



Imágenes cedidas por [Elodie Moreno](#)

3.20. 18 marzo 2015

Vivir con las pilas cargadas (de amor)

¿Qué quieres ser de mayor? Es curioso, porque ante esta pregunta la mayoría pensaréis en un oficio. Y la respuesta es más sencilla: **Yo de mayor quiero ser feliz.**

A veces se nos olvidan las cosas importantes de la vida, y seguramente el error es nuestro. El error es enfocar la vida de los más pequeños en tener un buen futuro económico y no un **futuro rico en amor**. Y con esto no quiero quitarle importancia a los estudios, simplemente quiero darle más importancia a todo lo demás. Nos pasamos el primer cuarto de nuestra vida pensando “qué queremos ser” y encontrando la manera de llegar a ello. ¿Y si cambiamos las normas y nos preguntamos “**quién queremos ser**”? ¿Qué tal por empezar a encontrarnos a nosotros mismos? Empezar por darnos cuenta de que lo que realmente nos llena son las personas.

Al final, todo se reduce a amor, afecto, cariño. Obviamente tenemos que luchar por encontrar el trabajo que más nos guste, ya que ocupará una parte importante de nuestras vidas, pero sin olvidar cuál es el objetivo de trabajar: vivir mejor. A veces, se nos olvida **que no vivimos para trabajar, que trabajamos para poder vivir** y disfrutar con los nuestros lo mejor posible.

Yo tengo 21 años y todavía no sé qué quiero ser, pero sé que quiero tener a alguien a quien **abrazar** por las noches, y que me de fuerzas para aguantar lo que venga al día siguiente. Vivir cada día con las pilas cargadas... Y, sobre todo, cargadas de amor. Que los problemas del trabajo se amenizan con un beso al llegar a casa. Que cuando el **amor** funciona, todo lo demás fluye.



La vida es un viaje que es mucho mejor emprender con un acompañante a tu lado, aunque ese acompañante puede ser prácticamente cualquiera, una vecina que vive enfrente o el hombre con el que compartes la cama, el acompañante puede ser una madre con buenas intenciones o un chico que no trama nada bueno. Sin embargo, a pesar de nuestras buenas intenciones, algunos de nosotros perdemos a nuestros acompañantes por el camino y entonces el viaje se hace insoportable. Está claro que el ser humano está hecho para muchas cosas, pero la soledad no es una de ellas.

Mujeres Desesperadas

Imagen cedida por [Sara Herranz](#)

3.21. 20 marzo 2015

Exposición - Pixar, 25 años de animación

El pasado domingo tuve la suerte de visitar la exposición de **Pixar** en **CaixaForum Barcelona**. Muchos pensaréis que es para los más peques... Pero no solo es para ellos: Precisamente la exposición celebra los 25 años de Pixar, y eso indica que muchos de nosotros hemos crecido rodeados de sus fantásticas **películas de animación** y que disfrutaremos recordándolas.

Así que con la edad que sea, con niños o sin, por la mañana o por la tarde: Id. Encontraréis talleres, dibujos, maquetas, *storyboards*, guiones, vídeos de sus creadores, cortos... Y todo esto os ayudará a entender el largo **proceso** que hay detrás de las películas. Que es muy fácil juzgar si nos ha gustado una peli y catalogarla como buena o mala, pero nunca hay que perder de vista el **esfuerzo**, las **ganás** y el **entusiasmo** que han puesto muchas personas en llevarla a cabo. Y exposiciones como esta, sobre el cine y sus fases, ayudan a valorar el séptimo arte como merece y a admirar el trabajo de las personas que lo hacen posible.

Podréis visitar la exposición "**Pixar, 25 años de animación**" de lunes a domingo y festivos, de 10 a 20h, en CaixaForum Barcelona (Av. de Francesc Ferrer i Guàrdia, 6-8). Y si queréis disfrutar al máximo de esta experiencia, os recomiendo que si podéis elegir vayáis un día laboral, ya que los fines de semana es cuando más gente aprovecha a ir y está a tope, ¡Nadie se lo quiere perder! También hay sesiones de cine familiar, visitas comentadas y, para los que queráis profundizar más en el tema, conferencias de expertos. ¡**Informáos!**

Os dejo alguna foto y quien quiera ver más... Ya sabéis, ¡¡Tenéis **hasta el 3 de mayo!!**



"Desde el estreno de Toy Story (1995), el primer largometraje creado en su totalidad con efectos de animación digitales, Pixar Animation Studios ha continuado produciendo películas de animación de gran éxito, tanto de taquilla como de crítica, atesorando 26 premios Óscar y 7 Globos de Oro"

Obra Social "la Caixa"

Imágenes **propias**

3.22. 23 marzo 2015

Moderna de Pueblo y sus hermanas Las Rayadas

Hoy tengo el corazón dividido. Tengo más ilustradores para mostraros que lunes para hacerlo, así que he optado por hacer una **entrada doble**: Moderna de Pueblo y Las Rayadas. ¿El motivo de unir las? Estarán encantadas porque son hermanas.

Supongo que a la mayoría os sonará **Moderna de Pueblo**, ya que desde hace un tiempo está en auge: está colaborando con Cuore, ha publicado libros como *Los capullos no regalan flores...* Sin embargo, no tantos conoceréis a **Las Rayadas**, que de momento trabajan en un ámbito más cerrado, ya que son estudiantes que todavía no han tenido la oportunidad de dedicarse plenamente a ello. A pesar del diferente nivel de **éxito**, no sabría con cuál quedarme.

Comenzamos por mostraros algunas de las ilustraciones que más me gustan de **Moderna de Pueblo**, que en la vida real es Raquel Córcoles y no esconde su mirada tras unas RayBan:



Más imágenes en su [Facebook](#), [Instagram](#) y [Twitter](#).

Y ahora, os dejo mis ilustraciones preferidas de **Las Rayadas**, el alter ego de las gemelas Ester y Sandra Córcoles:



Más imágenes en su [Facebook](#), [Instagram](#) y [Twitter](#).

"Una buena amiga es aquella que te da consejos durante horas sabiendo que no vas a seguir ninguno"

Moderna de Pueblo

Imágenes cedidas por **Moderna de Pueblo** y **Las Rayadas**

3.23. 25 marzo 2015

Por un mundo mejor

Bienvenidos a la **inmersión 3.0**. Nuestras necesidades han cambiado: Cada vez más queremos lo que quieren que queramos. Somos **marionetas** consumistas que luchan entre ellas por tener más y más. Que ya no levantamos la cabeza ni para mirar ropa, la compramos desde la pantalla. Que si tenemos un problema, pasamos más tiempo contándoselo a alguien por whatsapp que intentando solucionarlo.

Vivimos en un mundo en que lo normal es caminar con prisa, ensimismados, hacia el trabajo. Y si tenemos un rato “perdido” en el metro, se lo dedicamos al Candy. Yo os propongo algo: Vamos a hacer un esfuerzo, vamos a dejar de luchar por ver quién tiene más, vamos a dejar de creer que las pantallas dictan nuestras **necesidades**, vamos a levantar la cabeza para ver qué es lo que realmente necesita el **mundo**, vamos a mirar a nuestro **alrededor**.

¿Por qué no hacemos mínimo un buen gesto al día? Mirad a las personas a la cara, saludad aunque no conozcáis, **sonreíd** a alguien además de a los bebés y las adorables mascotas. Si todos lo hacemos, todos lo recibiremos y cada uno de nosotros será un poco más feliz. Tratemos de cambiar las **cosas simples** que están a nuestra mano, que lo malo llega solo.

Muchos de vosotros al leer esto habréis pensado “ostras, es verdad”. Y al cerrar el post seguiréis mirando las novedades de Facebook. Es lo que ibais a hacer sin pensarlo, ¿Verdad? ¡Planteáoslo! **Yo de mayor quiero ser** una persona que sube al metro sonriendo. ¿Y tú?



"Demasiada gente pasa por la vida quejándose de sus problemas. Yo siempre he creído que si la gente invirtiera una décima parte de la energía que malgasta en quejarse en resolver el problema les sorprendería descubrir lo bien que pueden funcionar las cosas."

La última elección, Rand y Pausch

Imagen cedida por [Sara herranz](#)

3.24. 27 marzo 2015

Lo mejor de la primavera

Lo bueno de la primavera es que termina con el **invierno**, el frío, la sopa caliente, la lluvia, el aire, la oscuridad, las ventanas cerradas, la manta, los pies fríos, el ¿cojo paraguas?, la calefacción, el no querer salir de la cama...

Si lo pensáis, todo lo que hacemos en primavera es **prepararnos** para el verano: estudiamos para no tener que hacerlo durante las vacaciones, vamos al gimnasio para que nos quede mejor el bikini, nos cuidamos más para lucir una piel bonita, tomamos el sol para evitar el blanco nuclear en los primeros días de julio...

Pues bien, comenzada la primavera, ya podéis ir quedando con vuestros amigos o compañeros de aventuras para preparar alguna que otra **escapada veraniega**. Si lo cogéis con antelación, os saldrá mucho más barato y, además, viviréis la espera al verano con una ilusión extra.

Aquí os dejo algunas de mis **aventuras cercanas**, a ver si os inspiráis. Una imagen vale más que mil palabras:

- Baleares



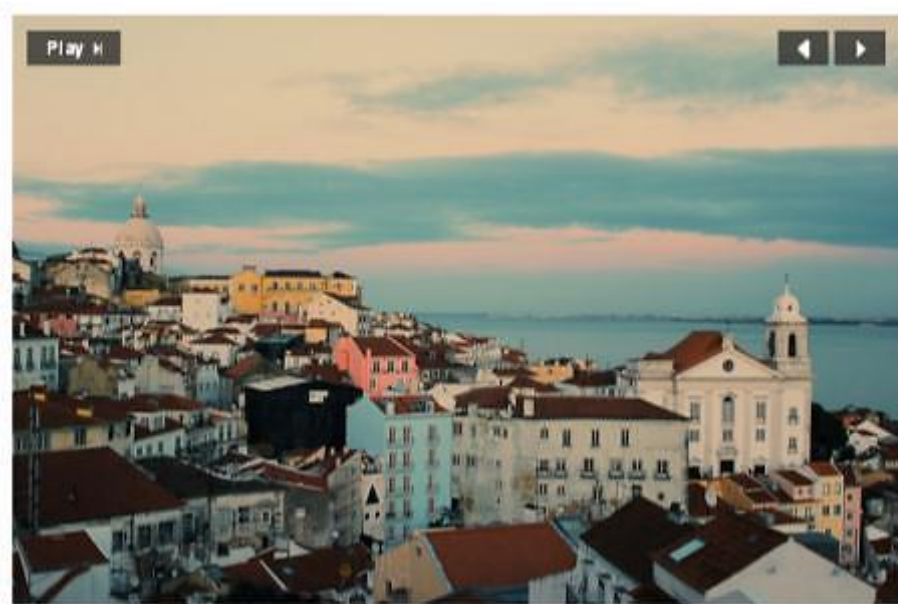
- Camino de ronda



- Ruta por el norte



- Lisboa



Sin duda, **lo mejor de la primavera es que huele a verano**: a sol, mar, calor, playa, aftersun, cerveza fría, piscina, helados, fiesta, chiringuitos, granizados, horchata, crema solar, vacaciones, viajes, relax...

Imágenes **propias**

3.25. 6 abril 2015

Aitor Saraiba – palabras, dibujos y mucho sentimiento

“Soy Aitor Saraiba y soy **heavy, marica y poeta**”. Así se define el artista de hoy, que cuenta con un amplio trabajo, desde libros hasta cerámicas y, además, de una gran calidad.

En estas primeras palabras ya podemos ver su fuerte: **claro y conciso**. Y hoy, siguiendo la línea de Aitor Saraiba, voy a ser escueta. Las palabras que acompañan sus dibujos (y viceversa) son **pura poesía**. Y de esta forma crea la combinación perfecta: frases cortas cargadas de sentimiento y simples pero cuidados dibujos que aportan un toque extra de melancolía, **transparencia** y cercanía al mensaje.

Hoy no me quiero alargar más; estoy convencida de que estas imágenes serán suficientes para que, como yo, os **enamoreís** de su trabajo:



Si queréis estar al tanto de todas sus novedades seguidle en sus redes sociales [Facebook](#), [Twitter](#) e [Instagram](#). ¡No os arrepentiréis!

■ *"El silencio es una respuesta horrible."* Aitor Saraiba

Imágenes cedidas por [Aitor Saraiba](#)

3.26. 8 abril 2015

La importancia de las pequeñas cosas sin importancia

"Sobretot no et posis mai nerviós per res, perquè el que avui et sembla important, demà no ho és"

Tito Vilanova

El otro día leí esta frase y me pregunté: ¿Cuánto **tiempo** habré malgastado en pensar en cosas que ahora ni recuerdo? Y joder, de las que me acuerdo... La mitad son tonterías. Aunque bueno, todo hay que decirlo: son **tonterías** ahora. Si en el momento en que pasaban hubiera sabido la poca importancia que tendrían en mi vida, quizá (solo quizá) le hubiera dado menos vueltas.

Con la experiencia nos vamos dando cuenta de que la mayoría de nuestros **problemas**, por suerte, con el tiempo se quedan en nada. Sí, malditos días de agobio de los que ahora nos reímos. ¿Sabéis qué podemos hacer? No permitir que futuras tonterías sean hoy un problema. Y la única forma de hacerlo es mirando las cosas con **perspectiva**, pensar si dentro de un tiempo seguirán teniendo importancia. Y sobre todo, la clave está en no repensar.

Que **pensar** está genial, pero repensar es lo peor que podemos hacer. Si ya hemos pensado sobre algo una vez, no lo pensemos más veces. Vamos a parar de buscarle los tres pies al gato hasta encontrarle el quinto.

Y la única solución que se me ocurre es **hablar las cosas**... Pero no hablarlas con tu superamiga que te entenderá y te dará la razón. No, hablarlo con quien toca, con la persona implicada... Así que ya sabéis, ¡Manos a la obra!



Imagen cedida por **Sara Herranz**

3.27. 10 abril 2015

Series recomendadas

Lo confieso: soy más de **series** que de películas.

Lo bueno de las series es que, quieras o no, **te acompañan una época de tu vida**. Si os digo Los Serrano, ¿no os trasladáis a una etapa concreta? Además, capítulo tras capítulo, acabas conociendo en profundidad a los personajes y hasta les coges cariño. Sí, las series tienen muchas cosas buenas... Y esto hace que cada vez que terminas una, sientas un extraño vacío dentro de ti.

La decisión de empezar una serie no siempre es fácil. Aquí os dejo **alguna recomendación**:

- **Breaking Bad**: para los que buscáis calidad... Aquí la encontraréis: técnica, guion, trama...
"Tú conoces el negocio y yo conozco la química".
- **Anatomía de Grey**: estas que ves por ver pero que te acaban enganchando tontamente.
"Las victorias se cuentan por el número de vidas salvadas. Y de vez en cuando, si eres listo, la vida que salves puede ser la tuya."
- **Perdidos**: hay que verla, y punto.
"Sálvese quien pueda no es la solución. Si no podemos vivir juntos, moriremos solos."
- **Shameless**: para los que buscáis buen rollo, desconexión y entretenimiento.
"Nadie jode a los Gallaghers"
- **Como Conocí a Vuestra Madre**: no hay excusa, siempre se pueden encontrar 20 minutitos para relajarse.
*"- Chicos, voy a contaros una historia increíble, la historia de cómo conocí a vuestra madre
- ¿Estamos castigados o algo así?"*

- **Mujeres Desesperadas:** misterio y día a día a través de magníficos personajes. Aparentemente sencilla pero muy bien resuelta.
“Sí, ahora que puedo ver el mundo que he dejado atrás lo veo todo muy claro: la belleza que espera ser develada, los misterios que anhelan ser descubiertos, pero la gente rara vez se para a mirar, simplemente sigue su camino, y es una lástima, de verdad, porque hay mucho que ver.”
- **Orange is the New Black:** diferente, que siempre va bien.
“Que estar lejos de la persona a la que más quieres es difícil en los días buenos e imposible en los malos”
- **True Blood:** la sangre de vampiro engancha.
“La mitad de nuestras equivocaciones nacen de que cuando debemos pensar sentimos y cuando debemos sentir pensamos.”

No os alarméis, no os recomiendo series que según la mayoría “hay que ver” como Friends, Juego de Tronos o True detective porque no las he visto. Soy de las que piensan que **cada serie tiene su momento**, y el momento de estas aún no me ha llegado. Pero estoy segura de que tarde o temprano llegará.

Y por cierto, si alguien esperaba encontrar Homeland, Prison Break o Misfits... No, no están. Me encantaron sus primeras temporadas, pero las acabé dejando de ver porque el nivel cada vez era más bajo y no quería tener un mal recuerdo de ellas. Quien esté dispuesto a **disfrutar** a pesar del chasco... adelante.

PD: Siempre que podáis... series en **versión original** (aunque sea subtitoladas).



"Cuando era niño no podía dormir porque creía que había un monstruo en el armario, pero mi hermano me dijo que no había algo, más que miedo, y que el miedo no es real, dijo que no estaba hecho de algo, que sólo era aire, o ni siquiera eso. Dijo que tenía que enfrentarlo que sólo debía abrir la puerta y que el monstruo desaparecería."

Prison Break

Imagen cedida por **Monstruo Espaguetti**

3.28. 13 abril 2015

Popurrí de ilustradores – Amaia Arrazola, Ardmad, Conrad Roset, Eva Garrido, Oscar Giménez

Como sucedió con *Moderna de Pueblo* y *Las Rayadas*, hoy toca entrada dividida. Esta vez en cinco. Sí, muchos **artistas** para una sola entrada, pero seré breve y dejaré que sean sus imágenes quienes hablen de ellos:

1. Amaia Arrazola

Es de Barcelona y alegra sus calles con muros, las casas con cerámicas y nuestras vidas con sus ilustraciones.

Redes sociales: [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#).



2. **Ardmad**

Desde Madrid plasma en dibujos sus ideas, su visión del mundo y el amor por su ciudad.

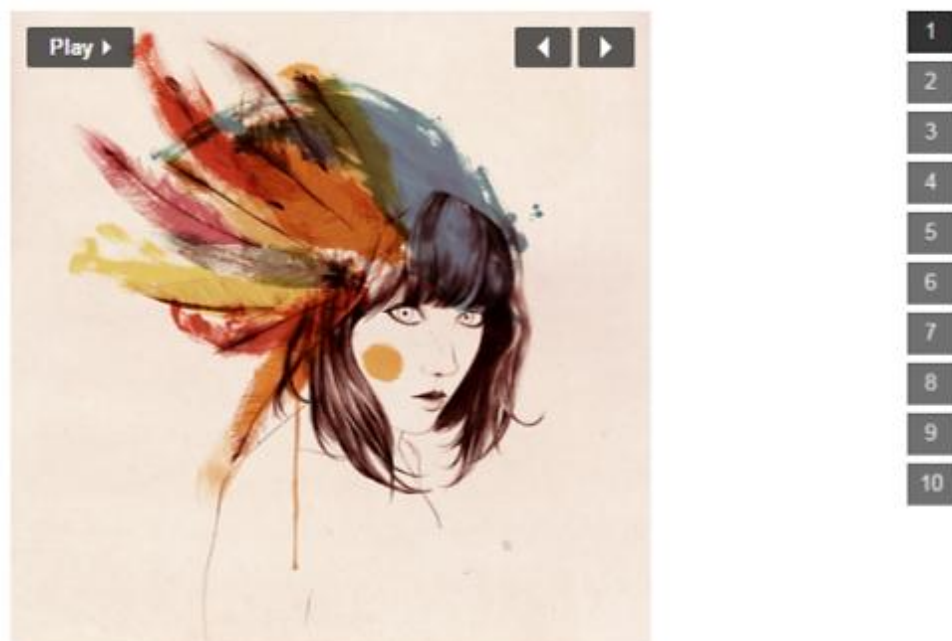
Redes sociales: [Facebook](#) e [Instagram](#).



3. **Conrad Roset**

Nació en Terrassa pero su obra ha recorrido mundo: Londres, París, San Francisco, Nueva York...

Redes sociales: [Facebook](#), [Instagram](#) y [Twitter](#).



4. **Eva Garrido**

Es una joven madrileña que dibuja puro realismo.

Redes sociales: [Facebook](#).



5. **Oscar Giménez**

Es de Barcelona y podéis disfrutar de sus ilustraciones en prensa, publicidad, portadas de discos, carteles...

Redes sociales: [Facebook](#), [Instagram](#) y [Twitter](#).



Imágenes cedidas por [Amaia Arrazola](#), [Ardmad](#), [Conrad Roset](#), [Eva Garrido](#) y [Oscar Giménez](#)

3.29. 15 abril 2015

9 citas sobre la vida que no te dejarán indiferente

Como no me da tiempo a hablar de todos los temas que querría, tengo frases que me encantan y a vosotros os gustó tanto el post de recopilación de **citas sobre amor**... Hoy quiero enseñaros citas sobre la vida, por lo que he recopilado frases tanto de libros como de películas, series y artistas.

Ante todo, quiero que sepáis que esto no es una mera lista de citas bonitas sobre la **vida**, sino de aquellas que, además, aconsejan y hacen reflexionar. Así que espero que las disfrutéis y aprendáis de ellas:

1. ***"A veces estamos tan obsesionados con lo que nos falta que no nos damos cuenta de lo que realmente tenemos."*** | Cuéntame cómo pasó
2. ***"No pierdas el tiempo lamentándote por los lugares y las personas que has perdido. Tienes toda una vida que llenar, muchos momentos, años y personas buenas por delante. Debes correr a su encuentro."*** | El largo camino a casa
3. ***"Ninguna puerta debe abrirse sin haber cerrado antes la anterior."*** | Los otros
4. ***"No dejes que tu cerebro entorpezca a tu corazón."*** | El genio del amor
5. ***"Lo más importante es no amargarse ante las decepciones de la vida. Aprender a dejar ir el pasado. Y reconocer que todos los días no serán soleados y que, cuando te encuentres perdido en la oscuridad y la desesperación, recuerdes que sólo en la oscuridad de la noche puedes ver las estrellas."*** | One Tree Hill
6. ***"Despertar es mejor que dormir. Fracasar es mejor que no haberlo intentado."*** | Anatomía de Grey
7. ***"Y joder, te quiero' como fin de cualquier discusión."*** | Sara Herranz

8. ***“No permitas que nadie diga que eres incapaz de hacer algo, ni siquiera yo. Si tienes un sueño debes conservarlo. Si quieres algo, sal a buscarlo y punto. ¿Sabes? La gente que no logra conseguir sus sueños suele decirles a los demás que tampoco cumplirán los suyos.”*** | En busca de la felicidad

9. ***“A veces tienes que limar las piezas del puzzle para que encajen.”*** | Phillip Morris ¡Te quiero!

Sed felices y recordad que *“nunca llueve eternamente”* (El cuervo).



- Puede que no sea hoy, ni mañana, pero tengo miedo de que un día empiece a llorar y no pueda parar y se inunde la habitación y nos ahogemos los dos.
- Aprenderé a nadar."

La vida secreta de las palabras

Imagen cedida por **Sara Herranz**

3.30. 17 abril 2015

Photocall.cat – Divertido estudio de fotografía portátil

Fiestas de cumpleaños, cenas de empresa, bodas, graduaciones... ¿Tenéis en mente alguna celebración? Pues hoy os traigo una propuesta que la hará única, aportando un toque de diversión, entretenimiento y un buen recuerdo asegurado. Hoy os presento **Photocall.cat**. Y lo hago con una ilusión inmensa, ya que se trata de un divertido estudio de fotografía portátil de la mano de dos grandes profesionales y amigos.

Actualmente la **fotografía** está en auge: hoy en día todos podemos hacer fotos con el móvil e incluso con una réflex aunque no sepamos qué es eso de la ISO. Y sí, es cierto que con un par de filtros casi cualquier imagen puede tener su encanto, pero no nos olvidemos que hay personas que se dedican profesionalmente a la fotografía y saben realmente lo que hacen. Que la tecnología está al alcance de muchos, pero la capacidad que hay que tener para hacer buenas fotos no es tan fácil de alcanzar.

David Datzira es una de estas personas que se ha dedicado a estudiar fotografía, concretamente Fotoreportaje en Grisart. Tras seis años fotografiando mundo y captando **momentos felices**, David se decidió a crear **Photocall.cat** junto a **Sara Llovet**, la otra pieza fundamental del proyecto. Ahora, poco más de un año después, aseguran que ha funcionado mucho mejor de lo que esperaban.



Photocall.cat se diferencia de los otros servicios de fotomatón porque consigue que quien **contrata el servicio** se olvide de todo: disponen de un **fotógrafo profesional**, de **iluminación** de estudio (esencial para obtener un buen resultado), de diferentes **fondos** a escoger, **marcos**, **atrezzo**... Y además, Photocall.cat se desplaza por cualquier lugar de Cataluña para realizar una magnífica sesión de divertidas fotografías. ¿Necesitáis algún motivo más? Pues ahí va: al finalizar el evento se entrega un **USB** con todas las fotos seleccionadas y editadas y al día siguiente están todas en una galería web (pública o privada). Y por su fuera poco, también podréis llevaros vuestras **fotografías impresas** el mismo día.

Podéis seguirles en **Facebook**, **Instagram** y **Twitter**, y contactar con ellos a través de info@photocall.cat y +34 670 304 741.

Imágenes cedidas por **Photocall.cat**

3.31. 20 abril 2015

5 libros para Sant Jordi

Sant Jordi es un día mágico. ¿Será porque queremos y nos dejamos querer abiertamente? Cada uno tendrá su propia explicación de la **magia** de este día, pero lo que es seguro es que es una fecha que a todos nos encanta: ese olor primaveral, ese sol, esas calles repletas de gente regalando amor y cultura... ¿Cómo no va a ser mágico un día en el que se regalan **rosas y libros**?


Os dejo una lista de mis libros favoritos vinculados a la ilustración, que ya habréis visto que es una de mis debilidades (la otra eres tú):

1. ***Todo lo que nunca te dije lo guardo aquí***, donde encontraréis las ilustraciones de **experiencias vitales** (y muchas más) de Sara Herranz.



2. **Monstruo Espagueti**, de nuestra querida ilustradora de frustraciones comunes **Monstruo Espagueti**.

Describiendo mis sentimientos

- > me siento como un mechón de pelo enganchado en un ventilador
- > como un colchón con los muelles por fuera
- > como un dedo del pie saliendo por el agujero de una media
- > como un yogur caducado en una nevera vacía
- > me siento como los periódicos que se ponen cuando frías
- > como un objeto del cubo de "oportunidades" 
- > como una verdura de los pagueis
- > me siento como una rebanada de pan bajo la lluvia
- > me siento como un pingüino en un jacuzzi

3. **Fast love**, del ilustrador de piedras con los que todos tropezamos **Alfonso casas**.



4. **Los capullos no regalan flores**, de la atrevida **Moderna de pueblo**.



5. **Cuentos y actividades para niñas y niños inquietos**, del gran **Aitor Saraiba** para disfrutar con los más peques.



Y por último, quiero mostrar dos títulos que me han **enamorado** pero aún tengo por leer: *Te odio como nunca quise a nadie*, de Luis Ramiro, y *Mi color favorito es verte*, de Pilar Eyre. ¡Si alguien se ha leído alguno, que nos explique qué tal!

Disfrutad el día de Sant Jordi, del **amor** y de la **cultura**.

Imagen cedida por Sara Herranz, Monstruo Espagueti, Alfonso Casas, Moderna de pueblo, Aitor Saraiba.

3.32. 22 abril 2015

Sobre príncipes y princesas

Se acerca el mágico día de **Sant Jordi** y tengo algo que deciros: no hace falta tener pareja para ser un príncipe o una princesa. No, no es uno de los requisitos. Pero, ¿sabéis qué hace falta para serlo?

Yo lo tengo claro: sentir que lo eres. Y con esto no me refiero a creerte Cenicienta, el Príncipe Eric o pensar que tienes sangre azul. No. Me refiero a sentirte querido por la gente que te rodea; sentirte imprescindible, porque seguramente para alguien lo seas; **sentir** que tienes algo de **magia** dentro de ti que te hace único; sentir que si no aparece nadie cuando el dragón se acerque, te podrás rescatar a ti mismo.

El requisito para ser **príncipe** o **princesa** es valorarse. Valorar lo que eres, lo que has conseguido, a dónde quieres llegar y la cantidad de amor que tienes para ofrecer. Sí, ¿ese amor que te encanta recibir de las personas que quieres? También se lo das tú a ellos. Ojalá fuera tan fácil **valorarnos** como valoramos a otras personas. Vamos a hacer un esfuerzo y ser honestos: que no todo lo que nos pasa es tan malo, que no todo lo hacemos tan mal. Y si sois de esas personas tan críticas consigo mismas que no logran ver su parte positiva, oye...

... Que si **nos quieren** será por algo.

¡Feliz día de Sant Jordi!



Todos honramos a los héroes por distintas razones. Unas veces por su arrojo, otras por su valor y otras por su bondad. Pero sobre todo honramos a los héroes porque todos hemos soñado con que nos rescaten. Aunque si el héroe indicado no llega, a veces, tenemos que rescatarnos a nosotros mismos

Mujeres desesperadas

Imagen cedida por **Sara Herranz**

3.33. 24 abril 2015

Lo que el cine nos enseña

¿Quién no se ha puesto a ver una **película** alguna vez como vía de escape? Hay tantos motivos para pasar dos horas frente a una pantalla como películas para satisfacer lo que necesitamos en cada momento. A veces el cine nos sirve para sentirnos apoyados o comprendidos, al ver que los personajes se encuentran en una situación similar a la nuestra. Mientras que otras veces accedemos a una película que nos aleje de nuestra realidad con tal de desconectar de los problemas.

Por lo tanto, me atrevo a decir que **todos** nosotros hemos disfrutado alguna vez viendo una película. Sin embargo, seguramente no tantos se han parado a **reflexionar** sobre el cine, su valor y lo que realmente nos aporta. Desde aquí os recomiendo que no solo disfrutéis el **cine**, sino que también aprendáis de él.

Yo, que estudio Comunicación Audiovisual, estoy aprendiendo cosas realmente importantes sobre la **vida**. Y quiero compartir estas dos con vosotros:

- **El silencio es importante y necesario.**

Si una peli tiene todo el rato música de fondo, es muy posible que ni te des cuenta de ello. Sin embargo, si hay un silencio repentino lo valoramos, lo sentimos, y cuando vuelve el sonido lo apreciamos. Esto sucede en películas como *Lo imposible* o *Interestelar*.

Extrapolemos esto a la vida: el silencio es necesario para valorar su ausencia. Y, además, un silencio en el momento preciso puede expresar y transmitir mucho más que los sonidos o las palabras.

- **Nuestro posicionamiento frente a una historia depende de quién nos la cuente.**

Como espectadores, tendemos a empatizar con el protagonista de la peli a pesar de que en la vida real estemos totalmente en contra de sus actos.

Os pongo de ejemplo a Hannibal Lecter: en *El silencio de los corderos*, la protagonista es Clarice, por lo que empatizamos con ella y entendemos el miedo que siente al estar en contacto con Hannibal. Sin embargo, en *Hannibal* y *Hannibal Rising* el protagonista sí que es Hannibal Lecter y al

percibir la historia desde su punto de vista y además contarnos sus orígenes, llegamos a sentir comprensión e incluso simpatía por él, a pesar de ser un caníbal.

Sí, esta situación es extrema, pero es para que entendáis que lo mismo pasa en la vida, donde en muchas ocasiones no lo podemos evitar, pero al menos debemos ser conscientes de ello.



Imagen cedida por [Alfonso Casas](#)

3.34. 27 abril 2015

Entrevista –T_diary, simple y directo

Hoy es el último lunes de abril. Y con ello, al menos por ahora, el último lunes de experiencias artísticas; el último lunes de Siéntate que te cuento. Espero que no sea una despedida definitiva, pero por si acaso, me gustaría terminar las entradas artísticas con un ilustrador que me ha acompañado desde el inicio de esta aventura, permitiéndome compartir sus magníficas viñetas en **Instagram**. Para todos aquellos que sigáis **Siéntate que te cuento** a través de esta red social: sí, efectivamente, el artista de hoy es T_diary.

La mayoría de seguidores de **T_diary**, 37k a día de hoy, solo conocen lo que muestra a través de Instagram: es una persona constata que publica diariamente a las 8 am **viñetas minimalistas** cargadas de doble sentido, humor, cotidianidad y realidad. Pero, ¿no queréis saber quién se esconde detrás de esta fantástica cuenta que nos alegra las mañanas?

¿Quién es en realidad T_diary?

Mi nombre es Carlos Toledo, tengo 35 años y soy natural de Barcelona, aunque algo mezcla. Mi padre era argentino y mi madre es una andaluza de pura cepa, ¡de Córdoba sin ir más lejos!

¿Desde cuándo dibujas?

Siempre he dibujado, es algo innato en mí, ¡por suerte! En el colegio, en el instituto, en la universidad e incluso en el máster, he llenado siempre todos mis apuntes de pequeños dibujos y viñetas. Los profesores me tenían frito por esto...

¿Cuáles son tus estudios?

Estudié diseño de interiores, unas yet en comercio internacional en Estados Unidos y, finalmente, diseño gráfico en Elisava, Barcelona. Después de ello estuve en Entlo.1ª, un estudio de diseño de producto.

¿Y cómo nace T_diary?

T_diary nace del amor, como todas las cosas bonitas en esta vida. Como todo el mundo, he estado enamorado, y además muchísimo. Tanto que le escribía cartas de amor y en ellas, para poder explicarme mejor, utilizaba estos dibujos para

escenificar o representar aquello que quizás me costaba más expresarlo con palabras.

Más tarde, una muy buena amiga mía, Laia, me los vio en un sketchbook y me animó a que hiciera algo con ello, ya que le veía mucho potencial. Pero tuvieron que pasar unos años más, hasta Abril del año pasado, que haciendo una mudanza me encontré de nuevo con el sketchbook y las cartas. Entonces ya existía instagram, así que tal y como me lo encontré me abrí una cuenta.

¿Cómo te planteaste llevar la cuenta de Instagram?

La tuve privada durante una semana, hasta poder dar con el concepto que iba a englobar todas las ilustraciones que iba a hacer y que fuera lo más infinito posible. Lo tenía claro, mi cuenta de instagram sería un diario. Y el propio concepto ya me dabas las pautas, es decir, tenía que ser algo constante. Y qué mejor hora que las 8 de la mañana para darle una rigurosidad y teñirlo mínimamente de un carácter periodístico. De hecho, seguirme es como si te subscribieses a la viñeta de un periódico.

¿En qué te inspiras a la hora de dibujar?

Mi verdadera fuente de inspiración es mi propia experiencia en la vida, sin duda. La cotidianidad del día está llena de detalles, y si sabes prestarles la atención que se merecen pueden ayudarte a desarrollar cualquier concepto. No todo lo que dibujo me ha pasado a mí, también me nutro de lo que veo o lo que le pasa al resto de gente.

¿Cómo definirías T_diary?

T_diary es fruto del pequeño universo que tengo en la cabeza, plasmado de manera natural, divertida, fresca y sencilla. Cuento cosas cotidianas, del día a día. Situaciones que les pasa a la gran mayoría de personas del mundo, conceptos globales expuestos de una manera muy sencilla y siempre subtítulos en inglés. Tanto las palabras como la expresión gráfica son simples y directos.

¿Cuál crees que ha sido la clave de tu éxito?

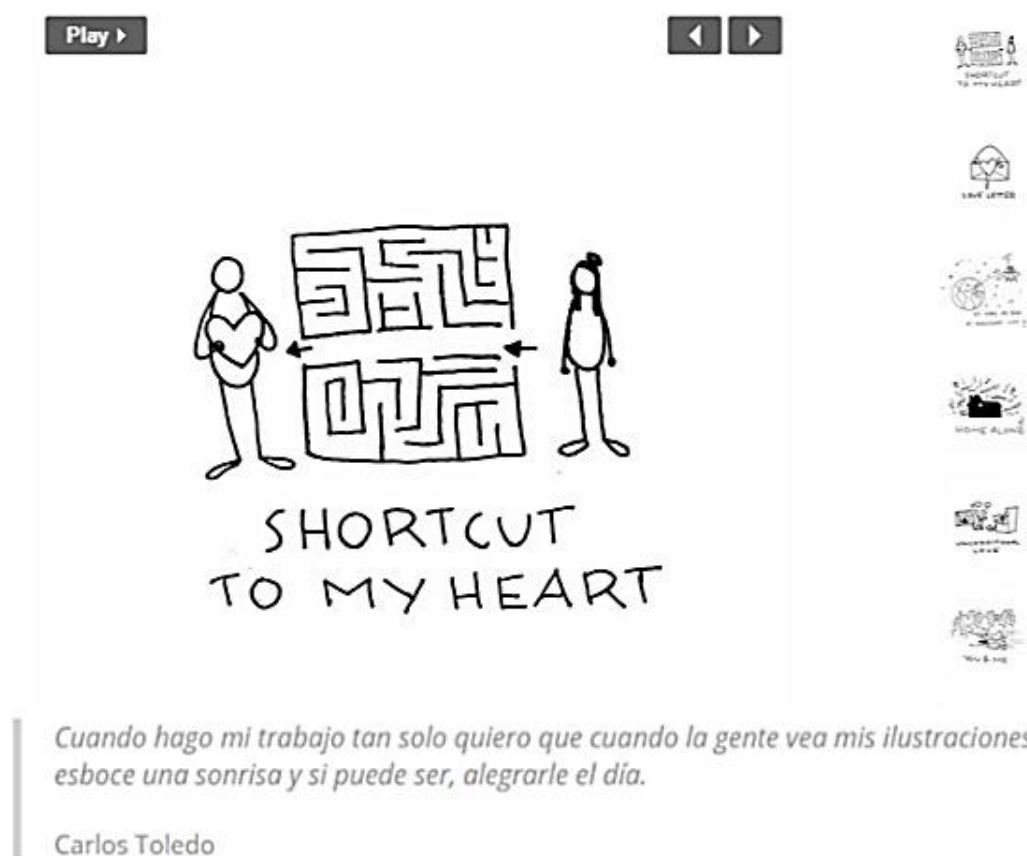
Una de las razones por las que creo que he tenido éxito, es porque los dibujos se expresan con lo mínimo para entender la idea. Es decir, si dibujase más en detalle, cerraría más la idea, pero al dejarlo tan abierto, la gente empatiza y puede llegar a verse reflejada en las situaciones plasmadas. Cuantos menos elementos

se utilizan, más fácil es el proceso de empatía con el espectador. Y eso realmente funciona.

Ahora que te has estabilizado en Instagram y cada vez te conoce más gente, ¿de qué manera forma parte de tu vida la ilustración? ¿Cuál es el siguiente paso?

La verdad es que ha pasado a ser más que un hobby. Ya estoy recibiendo encargos tanto de empresas como de particulares. ¡Quién me lo iba a decir! Y como a todos, me gustaría publicar un libro y empezar poco a poco a generar algo de merchandising. Aunque todo a su tiempo, ¿no? ¡Ha sido todo tan rápido que apenas he tenido tiempo de digerirlo!

Espero que todas las previsiones de futuro de T_diary se cumplan. Pero hasta entonces, podemos seguir disfrutando de su talento cada día a través de sus redes sociales **Instagram**, **Facebook** y **Twitter**, donde encontraréis ilustraciones como estas:



Imágenes cedidas por T_diary

3.35. 29 abril 2015

Siéntate que te cuento se despide, al menos por ahora

Escribir siempre ha sido para mí una forma de desahogarme, ordenar mi caos mental y de poder entenderme más a mí misma. Y como comprenderéis, sobre todo los que me conocéis personalmente, hacer públicas mis **reflexiones** y escritos ha sido todo un reto. Pero oye, reto superado.

Durante estos tres meses he conseguido mostraros un poquito cómo se ve la **vida** desde mis ojos. Y si he podido lograr esto, ha sido sin duda **gracias** a vosotros. Gracias a los **artistas** que han creído en este proyecto. Gracias a mi familia y amigos que me han apoyado en todo momento y han estado ahí a pie del cañón. Y gracias, sobre todo, a todas y cada una de las personas que habéis leído este blog, que lo habéis apreciado, respetado y valorado.

Hoy se acaba **Siéntate que te cuento**, al menos por ahora. Y quiero que sepáis que ha sido un **verdadero placer compartir esta aventura con todos vosotros**.

Una vez más, ¡gracias!



Imagen cedida por **Sara Herranz**

4. Ranking de las páginas más visitadas del blog *Siéntate que te cuento*

Puesto	Página	Visitas
1	www.sientatequetecuento.weebly.com	1855
2	/experiencias/clarilou	666
3	/experiencias/topicos	317
4	/experiencias/santjordi	226
5	/experiencias/mercadillosbcn	216
6	/experiencias/shugorin	182
7	/quieacuten-hay-detraacutes-de-todo-esto.html	137
8	/experiencias/vida	131
9	/experiencias/photocallcat	130
10	.com/experiencias/tdiary	123
11	/experiencias/alfonsocasas	121
12	/experiencias/amor	119
13	/experiencias/jetdefrost	112
14	/experiencias/despedita	111
12	/experiencias/libros	109
15	/experiencias/irracionalidad	104
16	/experiencias/serfeliz	101
17	/experiencias/amistad	100
18	/experiencias/pixar	85
19	/experiencias/100montaditos	81
20	/experiencias/popurri	81
21	/experiencias/cine	79

22	/experiencias/inmersion	69
23	/experiencias/aitorsaraiba	64
24	/experiencias/miedo	64
25	/experiencias/monstruoespagueti	64
26	/experiencias/cosasimportantes	63
27	/experiencias/series	56
28	/experiencias/mascaras	54
29	/experiencias/hellomoreno	53
30	/experiencias/primavera	53
31	/experiencias/archives/02-2015	52
32	/experiencias/charuca	49
33	/experiencias/juego	44
34	experiencias/archives/03-2015	41
35	/experiencias/experiencias-vitales	41
36	/experiencias/modernayrayadas	40
37	/experiencias/planesamorosos	38
38	/experiencias/rinconmanabita	34
39	/experiencias/peliculas	33

Tabla 1. Ranking de las primeras 39 páginas según el número de visitas. Fuente: elaboración propia con información de Google Analytics.