



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Máster en Periodismo Digital:

Innovación e Investigación

**Reforzando la marca personal a través del blog
Bosque de Papel. Elaboración y ejecución de un
plan de comunicación**

Cristina Manrique Balmori

Tutora: Raquel Martínez Sanz

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América
y Periodismo**

Curso: 2024-2025

Plan de comunicación del blog *Bosque de Papel*

AUTORA

Cristina Manrique Balmori

RESUMEN

El blog literario *Bosque de Papel* es el canal de comunicación personal de Cristina Manrique Balmori. Comenzado en 2023, dicho blog está dedicado a la literatura; más concretamente, a la reseña de novelas y, ocasionalmente, de otros textos narrativos, líricos y teatrales. Dado que actualmente los blogs pueden potenciar la marca personal de sus autores, en este trabajo se presenta un plan de comunicación que analiza la situación de *Bosque de Papel* e incluye acciones que se han llevado a cabo para aumentar su contenido y visibilidad.

PALABRAS CLAVE

Plan de comunicación, Marca personal, Blog, Redes sociales, Literatura.

Communication plan of *Bosque de Papel* blog

AUTHOR

Cristina Manrique Balmori

ABSTRACT

[*Bosque de Papel* is Cristina Manrique Balmori's personal blog. Launched in 2023, this blog is dedicated to literature—specifically, to reviews of novels and other narrative, lyrical, and theatrical texts. Given that blogs today can enhance their authors' personal brands, this paper presents a communication plan that analyzes the current state of *Bosque de Papel* and outlines actions that have been carried out to improve its content and visibility].

KEYWORDS

Communication plan, Personal brand, Blog, Social media, Literature.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del trabajo4

1.2. Objetivos del trabajo5

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La comunicación digital: el papel de los blogs y las redes sociales.....6

2.2. La marca personal7

2.2.1. Los *influencers* literarios8

2.2.2. El público *online*9

3. PLANIFICACIÓN11

4. RESULTADOS

4.1. Introducción13

4.2. Evaluación del blog14

4.3. Evaluación de las redes sociales20

5. CONCLUSIONES.....23

6. REFERENCIAS.....24

ANEXOS26

1. Introducción

1.1. Justificación del trabajo

El desarrollo tecnológico del siglo XXI ha supuesto una transformación de todos los ámbitos de la vida. Desde la esfera privada hasta el ámbito colectivo, los nuevos avances han cambiado nuestra manera de vivir, lo cual incluye nuestra manera de expresarnos y compartir ideas con los demás. Tanto los ordenadores portátiles como los teléfonos inteligentes han propiciado el surgimiento de nuevos y diversos canales de comunicación, entre los cuales destacan los blogs y las redes sociales, que son los protagonistas de este trabajo.

Aunque la faceta más conocida de ambos canales es la de servir como entretenimiento, en los últimos años se han convertido en vehículos capaces de potenciar la marca personal, un concepto que no solo supone la reafirmación de la identidad propia en un mundo globalizado, sino también el aprovechamiento de dicha identidad con fines profesionales. En mi caso, dado que en 2023 comencé un proyecto personal en forma de blog, tomé la decisión de ampliarlo y enfocarlo hacia el impulso de mi marca personal; de esta manera surgió el presente Trabajo Fin de Máster, en el que se expone un plan de comunicación dedicado al blog de crítica literaria *Bosque de Papel* (www.bosquedepapel.com).

Mi titulación en Filología Hispánica y mi afición por la literatura también influyeron en mi apuesta por desarrollar este proyecto *online* que, aunque hasta el momento había obtenido buenos resultados, podía ampliarse para abarcar otros ámbitos de la literatura más allá de la reseña. Aun así, me pareció oportuno seguir elaborando algunas publicaciones con el formato de la reseña, dado el éxito que había cosechado dicho formato desde los inicios de *Bosque de Papel*. Como se verá más adelante, los creadores de contenido o *influencers* han adquirido una relevancia notable en el mundo literario, ya que en la actualidad la lectura ya no es una actividad meramente individual, sino que se ha expandido al ámbito colectivo.

De esta manera, mi intención con respecto al Trabajo Fin de Máster es cambiar la estrategia de contenidos de mi blog para lograr una difusión más amplia y, en última instancia, mejorar mi marca personal. Dado que las nuevas tecnologías han transformado la comunicación, en la actualidad el perfil periodístico está cada vez más orientado hacia lo digital (Blanco, 2024), así que he considerado relevante poner en práctica y demostrar mis conocimientos periodísticos mediante la publicación de reseñas y recomendaciones *online*. Además, el periodista del siglo

XXI no puede dejar de lado el poder comunicativo de las redes sociales: por ello, considero oportuno trasladar las publicaciones del blog a dichas plataformas adaptándolas a las particularidades de cada una de ellas, siendo consciente del tipo de público que suele utilizarlas.

1.2. Objetivos del trabajo

El objetivo principal de este trabajo es la elaboración y ejecución de un plan de comunicación para el blog de crítica literaria *Bosque de Papel* que sirva como impulso para la marca personal de su autora. De este objetivo principal derivan una serie de objetivos secundarios, que son los siguientes:

OE1. Identificar las carencias y fortalezas de *Bosque de Papel* en lo que a comunicación digital se refiere.

OE2. Establecer y llevar a cabo durante el primer semestre de 2025 las estrategias que sean necesarias para mejorar la comunicación y llegar, de esta manera, a un público más amplio.

OE3. Analizar la efectividad de dichas estrategias en el ámbito digital.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La comunicación digital: el papel de los blogs y las redes sociales

El formato blog nació en la década de los noventa como un vehículo de expresión por parte de autores que querían interactuar con otros internautas. Con la irrupción de servidores como Wordpress, en la década de los 2000 los usuarios comenzaron a tener la oportunidad de publicar artículos de forma gratuita (Juan, 2024), lo que permitió una difusión notablemente amplia de todo tipo de ideas y conocimientos.

El blog es un sitio web que presenta tres características particulares: su organización, su frecuencia de actualización y su contenido. En cuanto a su organización, de modo similar a lo que ocurre en un medio de comunicación digital, el contenido aparece en orden cronológico inverso; respecto a su frecuencia de actualización, por lo general es elevada, aunque no necesariamente diaria, como sí ocurre en los mencionados medios de comunicación (Fumero, 2005). En lo que se refiere al contenido, está estructurado en bloques que pueden incluir texto, imágenes y enlaces hipertextuales, considerados como elementos básicos de los blogs porque permiten su interconexión.

En cuanto a la clasificación de los blogs, se pueden dividir en tres clases: los que funcionan como filtros, los diarios personales y los cuadernos digitales. Los primeros son externos al autor porque ofrecen enlaces a otros sitios web; los segundos están más centrados en el autor, ya que hacen referencia a sus actividades, y los terceros también tienen un enfoque personal debido a que incluyen ensayos escritos por él mismo acerca de un determinado tema (Arancibia y Montecino, 2013).

Con respecto a las redes sociales, estas plataformas nacieron gracias a la llegada de Internet, que transformó notablemente la comunicación y las relaciones personales. Desde sus inicios, se intentó que Internet ofreciera una manera de comunicarse que fuese flexible e interconectada (Guaña-Moya et al., 2024), pero no fue hasta 1997 cuando surgió la primera red social: Sixdegrees, que permitía a sus usuarios crear un perfil, elaborar listas de amigos y enviar mensajes a otros. Con la llegada del nuevo milenio, las redes sociales fueron evolucionando y convirtiéndose en modelos de comunicación (García, 2015): sitios como Facebook o Myspace permitían crear comunidades *online* formadas por servicios que generaban los propios usuarios. En nuestros días, parece evidente que redes sociales como Facebook, Instagram, X o LinkedIn

están “dominando la cultura actual” (Bolton et al., 2013, como se citó en Guaña-Moya et al., 2024, p. 176).

Por su parte, las redes sociales son aquellas plataformas que permiten a sus usuarios relacionarse e interactuar con las demás personas que utilizan la red. A través de ellas se transmite una gran cantidad de información, lo cual explica que con el paso del tiempo hayan adquirido una importancia cada vez mayor (Etxaniz, 2022). En esencia, son tecnologías participativas y colaborativas que se distinguen de otros medios de comunicación debido a su énfasis en lo colectivo y la co-creación (Guaña-Moya et al., 2024).

Al igual que los blogs, las redes sociales pueden dividirse en categorías según su público: si está formado por individuos, como ocurre en el caso de Instagram o Facebook, se considerarán redes generalistas; si está compuesto por otras empresas, se denominarán redes profesionales, como LinkedIn, y si está interesado en una actividad o materia concreta, se llamarán redes especializadas (Celaya, 2011, como se citó en Hütt, 2012). Más allá de esta división, las redes se pueden clasificar en función de la edad promedio de sus usuarios. Según la agencia de comunicación Aletreo (2023), la generación Z (nacida entre el 1997 y el 2012) prefiere utilizar Instagram, TikTok, X y WhatsApp; los *millennials* (nacidos entre el 1981 y el 1996), YouTube, Instagram, TikTok y LinkedIn; la generación X (nacida entre 1965 y el 1980), WhatsApp y Facebook, y los *baby boomers* (nacidos antes del 1965), Facebook y YouTube.

Aunque los blogs y las redes sociales tienen características diferentes, ambos permiten que los receptores del mensaje dejen de ser pasivos gracias a la creación de contenidos. De esta manera surge la figura del prosumidor: es consumidor en cuanto a que recibe los contenidos que le ofrecen las empresas, pero también es productor debido a que utiliza los canales digitales para opinar sobre dichos contenidos, mostrarlos a los demás o promocionarlos. A pesar de que dicha figura es propia de nuestra época, McLuhan y Nevitt ya previeron en 1972 que, gracias a la tecnología electrónica, el consumidor sería capaz de producir y consumir a un mismo tiempo (como se citó en Islas-Carmona, 2008).

2.2. La marca personal

Se puede considerar que la marca personal es “un cúmulo de todo lo que la persona ha forjado, está haciendo y realizará en el futuro” (Martínez-Díaz et al., 2017, p. 92). Así pues, cuando se

habla de marca personal se hace referencia a la promoción de los logros y el potencial de una persona individual. En el momento actual, el entorno se caracteriza por su elevada competitividad, con lo cual es importante desarrollar una estrategia de marca que permita a cada individuo destacar sus aptitudes y cualidades (Altamirano-Benítez y Duque-Rengel, 2024).

Las redes sociales conforman un entorno donde los usuarios tratan de reforzar su imagen personal (Iniasta-Alemán, 2019) a través del contenido, que puede ser textual, visual o audiovisual. Lo mismo puede decirse de los blogs, que como se ha visto ofrecen la oportunidad de expresar los propios pensamientos y compartirlos en Internet. Así, los canales *online* ayudan a reforzar la marca personal gracias a la personalización y la interactividad que los caracteriza. Cultivar la marca personal, pues, resulta muy útil en una época marcada por la sobreabundancia. En el ámbito periodístico, tanto los blogs como las redes sociales permiten crear contenidos de calidad que pueden aumentar el prestigio de su autor y ayudarlo a destacar entre los otros profesionales. Además, estos canales del siglo XXI funcionan como vehículos de expresión de la propia visión u opinión sobre cualquier asunto que el autor considere de interés.

2.2.1. Los *influencers* literarios

En el caso que nos ocupa, es relevante dedicar un apartado a los *influencers* literarios, ya que la autora de *Bosque de Papel* puede considerarse como parte de estos creadores de contenido. Debido a las características de los blogs y las redes sociales que se han comentado, algunos usuarios han tomado la iniciativa de fomentar la lectura a través de estos canales. En cuanto a los blogs, Font (2024) afirma que “muchas personas dependen de blogs, *booktubers* o críticos literarios para formarse una opinión sobre sus lecturas” (p. 6), lo cual indica que gran parte de los lectores actuales confía en el criterio de los *influencers* literarios a la hora de escoger una u otra obra. Se puede afirmar, por tanto, que los blogs son una herramienta muy útil para aquellas personas que deseen impulsar su marca personal a través de las reseñas o recomendaciones de libros, ya que existen usuarios que valoran sus opiniones.

Por su parte, las redes sociales ofrecen grandes posibilidades de promoción a los *influencers* en general, entre los cuales se encuentran aquellos dedicados a la literatura. En particular, la comunidad de YouTube denominada *BookTube* se ha convertido en un referente para las

plataformas literarias de otras redes, como *Bookstagram* o *Booktok*. Estas comunidades permiten que los lectores interactúen y compartan contenidos relacionados con su afición, ayudando a que los *influencers* literarios puedan obtener un gran alcance mediante la creación de reseñas o recomendaciones (Sued, 2016, como se citó en Aparicio, 2024).

2.2.2. El público *online*: una masa heterogénea pero exigente

Internet es una herramienta utilizada por todo tipo de públicos, ya que ofrece contenidos sobre temas muy diversos. De esta manera, puesto que los blogs suelen permitir el acceso a todos los internautas, posean o no un perfil en la plataforma donde se aloje el blog en cuestión, el público de un blog dependerá de la temática que trate. Si lo aplicamos al terreno de los *influencers* literarios, deberán adaptar el tono y la dificultad al público al que se dirijan (Font, 2024): por ejemplo, no es lo mismo hablar a personas con conocimientos básicos de literatura que a aficionados o expertos en la materia.

El caso de las redes sociales es distinto. Si atendemos a la clasificación más extendida (redes generalistas, profesionales y especializadas), cada red tiene un propósito diferente y, por lo tanto, un público que varía. Aunque existe un elevado número de redes, dado que en este trabajo se han utilizado Instagram y LinkedIn, se procede a analizar sus respectivos usuarios.

Comenzando con Instagram, la edad habitual de los usuarios se encuentra entre los 18 y los 35 años, con lo cual las publicaciones se caracterizan por ser muy visuales: las imágenes y los vídeos cortos (denominados *reels*) son los que atraen principalmente al público, que sería generalista, y no tanto el texto que los acompaña. Otra de las características de esta red es que favorece la viralización de los contenidos mediante los *hashtags*, ya que cualquier usuario puede buscar las palabras que forman estas etiquetas y acceder a todos los contenidos que las hayan mencionado. Asimismo, apelar a la curiosidad del público es una estrategia efectiva en Instagram, pues el sistema de *reels* está diseñado para mostrar al usuario contenidos que no conocía (Castañeda, 2025).

Volviendo una vez más al ámbito de la lectura, ya se había mencionado el término *Bookstagram*, que alude a la comunidad formada por usuarios que suben contenidos relativos a los libros. Si se tienen en cuenta las mencionadas características de Instagram, para mejorar el nivel de *engagement* con el público que sigue a los *influencers* literarios es recomendable

cuidar el contenido y formato de los *posts*, así como incluir fotografías del autor o del libro del que se hable (Pretel-Jiménez et al., 2024).

Siguiendo con LinkedIn, el hecho de ser una red profesional influye en el tipo de contenidos que se publican en ella. Aunque se trata de una plataforma que suele utilizarse para ofrecer y buscar empleo, lo cierto es que también resulta útil para promocionar la marca personal de una manera profesional a través de la creación de contenidos (Sharma, 2020, como se citó en Valdiviezo y Vergara, 2024). Así, a diferencia de otras redes sociales, el tono que ha de emplearse en LinkedIn debe ser comedido y reflexivo, pues de lo contrario podría afectar a la reputación del autor.

En lo que respecta a la literatura, LinkedIn no cuenta con una gran comunidad definida de lectores como *Bookstagram* o *Booktok*, pero sí existen grupos relacionados con los libros o la lectura. Dado el carácter profesional de la red, algunos de estos grupos están dedicados a libros formativos o relacionados con el liderazgo y el éxito, sea personal o profesional.

3. PLANIFICACIÓN

Siguiendo los objetivos planteados, se investigó la manera más adecuada de mejorar la comunicación de *Bosque de Papel*. Dado que los planes de comunicación permiten estudiar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cualquier proyecto, se decidió aplicar esta herramienta a *Bosque de Papel*.

En primer lugar, se resolvió analizar la situación del blog en aquel momento mediante la exposición del objetivo general, la identidad visual, el organigrama y los recursos que se empleaban para mantenerlo. Posteriormente, se realizó un estudio detallado de 10 blogs similares a *Bosque de Papel* con el objeto de analizar sus puntos fuertes y débiles, ya que podían ofrecer información valiosa para examinar los aspectos positivos y negativos del propio *Bosque de Papel*.

Por ello, el siguiente paso fue realizar un análisis DAFO, acción que permitió elaborar una planificación detallada que incluía los objetivos que se querían conseguir a través del plan. En concreto, se comprobó que era necesario aumentar el número de publicaciones y de secciones, así como crear cuentas en las redes sociales para cumplir los objetivos; esto es, reforzar la marca personal de Cristina Manrique, promocionar el contenido del blog y aumentar su tráfico.

Seguidamente, se definieron las propuestas concretas a través de las cuales se alcanzarían dichos objetivos, y estos se llevaron a cabo entre los meses de febrero y mayo (ver Imagen 1). En concreto, se elaboró el calendario de publicaciones del Anexo II del Plan de Comunicación, que abarca los meses de febrero, marzo, abril y mayo, dado que son los que la autora del blog ha dedicado a la publicación en este, así como en las redes Instagram (https://www.instagram.com/bosquedepapel_blog/) y LinkedIn (www.linkedin.com/in/cristinamanriquebalmori). A su vez, en cada mes se dotó de contenido a tres secciones: una dedicada a las reseñas, otra a las recomendaciones y la última a aquellas publicaciones ocasionales que no aparecen en el blog, pero sí en las redes sociales. Mientras que el mes de febrero se dedicó exclusivamente a la elaboración de publicaciones en LinkedIn e Instagram acerca de las reseñas que la autora ya había redactado antes de este proyecto, los meses de marzo, abril y mayo se destinaron a la creación de nuevas reseñas para la sección preexistente (“Libros reseñados”) y el apartado “Recomendaciones”, así como a la redacción de las mencionadas publicaciones en LinkedIn e Instagram. Durante este proceso, se llevó a

cabo a una labor de investigación literaria, así como la lectura de los libros que iban a reseñarse por primera vez. Asimismo, se amplió el apartado “Acerca de” y se añadieron enlaces a las cuentas de LinkedIn e Instagram. Por otra parte, se cuidó el aspecto visual de las publicaciones a través de la herramienta Canva, que permitió crear diseños atractivos para las redes sociales.

Por último, una vez se llevaron a cabo estas acciones se procedió a realizar un estudio exhaustivo de su efectividad durante el mes de junio para dar cumplimiento al OE3. Los resultados mostraron que tanto la nueva sección como la preexistente lograron atraer al público y las cuentas de Instagram y LinkedIn obtuvieron un elevado número de visualizaciones y algunas reacciones. El aspecto en el que menos éxito se alcanzó fue el de la redirección del tráfico desde las redes sociales hacia el blog, lo cual indica que en el futuro se deberían desarrollar estrategias que animen a los usuarios de las redes a visitar *Bosque de Papel*.

Imagen 1. Infografía explicativa del calendario de publicaciones.

CALENDARIO DE PUBLICACIONES



4. RESULTADOS

4.1. Introducción

La finalidad última de este Trabajo Fin de Máster es la elaboración de un plan de comunicación. Como se ha expuesto en el apartado de “Planificación”, dicho plan se llevó a cabo mediante las siguientes acciones:

1. Creación de una nueva sección en el blog *Bosque de Papel* denominada “Recomendaciones”, a la que se le añadieron 6 entradas entre febrero y mayo.
2. Ampliación de contenido en la sección “Libros reseñados” mediante la elaboración de 7 entradas alusivas a 7 libros diferentes de 3 géneros distintos.
3. Apertura de un perfil en Instagram y LinkedIn para promocionar los contenidos publicados en *Bosque de Papel*, lo cual dio lugar a 65 publicaciones entre ambas redes.
4. Ampliación de la sección “Acerca de”.
5. Adición de iconos en el blog que redirigen a dichos perfiles.

Para conocer el nivel de éxito de todo lo realizado y gracias a las herramientas de análisis de Wordpress, Instagram y LinkedIn, se podrá observar el tráfico generado en *Bosque de Papel* a través de la sección que ya existía previamente (“Libros reseñados”), así como el obtenido gracias a la nueva sección (“Recomendaciones”).

Una vez realizado el análisis relativo al blog, se procederá a estudiar el tráfico que han suscitado las cuentas de Instagram y LinkedIn asociadas a *Bosque de Papel*. En particular, se expondrán los resultados relativos a las visualizaciones, comentarios y *me gusta* de las 34 publicaciones de Instagram y las 31 de LinkedIn, a través de las cuales se intentó atraer al público mediante una estética cuidada, así como *reels* y llamamientos a la participación en el caso de Instagram. El número de publicaciones de ambas redes es superior al de las entradas del blog debido a que se dedicaron algunas a las reseñas publicadas antes de febrero, así como a contenidos breves que no aparecían en el blog, como los mencionados *reels*. Asimismo, se observará el número de redirecciones que generaron ambas redes hacia el blog.

Con ello se pretende observar si las 7 reseñas y las 6 recomendaciones publicadas entre el 1 febrero y el 31 de mayo cosecharon visualizaciones, comentarios o *me gusta*. Tanto la temática de las reseñas como de las recomendaciones fue variada: en lo que respecta a las reseñas, se dedicaron a los tres géneros literarios (novela, poesía y teatro) y, dentro del primero, que fue el

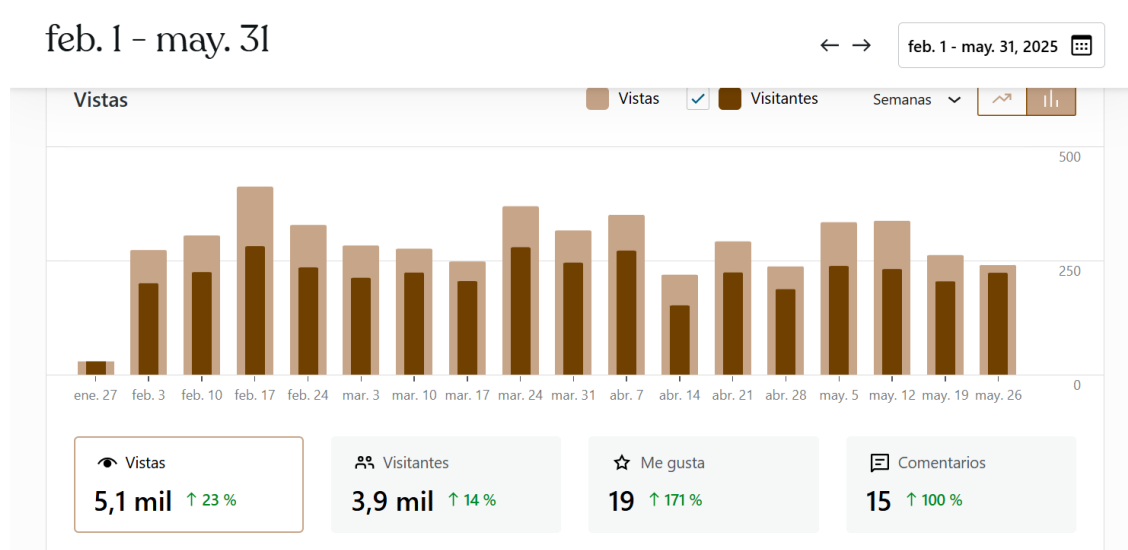
predominante porque el blog está especializado en él, a diversos subgéneros: fantasía, misterio, aventuras y romance. Por su parte, las recomendaciones también fueron heterogéneas: se centraron tanto en autores como en libros concretos, frases y géneros literarios.

4.2. Evaluación del blog

Análisis del tráfico del blog

Como se puede apreciar en la imagen, entre el día 1 de febrero y el 31 de mayo de 2025, periodo durante el cual se han publicado los contenidos en el blog, se obtuvo un total de 5100 visitas, lo cual supone un aumento del 23 por ciento con respecto a los meses anteriores. Por otra parte, 3900 visitantes accedieron al blog (un 14 por ciento más que en anteriores ocasiones), dejando 19 *me gusta* y 15 comentarios.

Imagen 2. Estadísticas de *Bosque de Papel* entre el 1 de febrero y el 31 de mayo de 2025.



Si se analizan los datos más detenidamente, se puede observar que nueve de las diez entradas más visitadas pertenecen a la sección “Libros reseñados”. A cinco de ellas se les dedicó una publicación en Instagram y LinkedIn; concretamente, a las correspondientes a *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, *Harry Potter y el Cáliz de Fuego*, *Harry Potter y el Prisionero de Azkaban*, *Desconocidos* y *Todos los hombres del rey*.

Imagen 3. Entradas más visitadas de *Bosque de Papel* entre el 1 de febrero y el 31 de mayo de 2025.

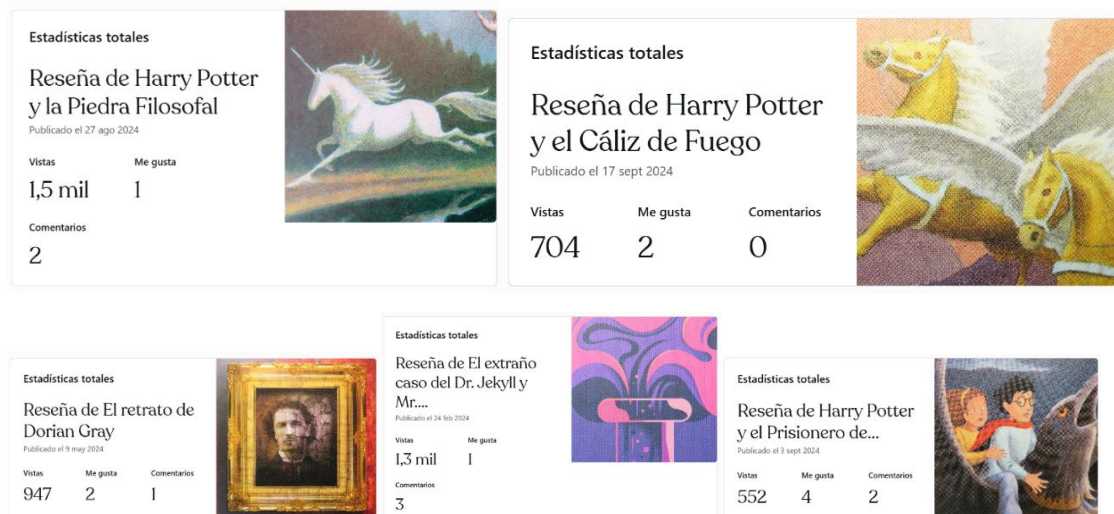
feb. 1 – may. 31



Entradas y páginas ⓘ	Vistas
Reseña de Harry Potter y la Piedra Filosofal	932
Reseña de Harry Potter y el Cáliz de Fuego	456
Reseña de El retrato de Dorian Gray	436
Reseña de El extraño caso del Dr. Jekyll y Mr. Hy...	347
Reseña de Harry Potter y el Prisionero de Azkab...	329
Página de inicio / Archivos	264
Reseña de Orgullo y Prejuicio	181
Reseña de El dulce daño	178
Reseña de Desconocidos	130
Reseña de Todos los hombres del rey	129

Dentro de las cinco primeras entradas más visitadas, cabe destacar que todas obtuvieron algún *me gusta* y, con excepción de “Reseña de *Harry Potter y el Cáliz de Fuego*”, también uno o varios comentarios. Las visitas que aparecen en la imagen 4 corresponden a las totales desde su publicación.

Imagen 4. Estadísticas de las cinco entradas más visitadas de *Bosque de Papel* entre el 1 de febrero y el 31 de mayo de 2025.



Para encontrar las entradas pertenecientes a la nueva sección “Recomendaciones” hay que descender varios puestos en la lista; “Novelas para leer en primavera”, “Grandes frases de Jane Austen”, “Curiosidades sobre las novelas de Jane Austen”, “Jane Austen, Tonke Dragt y Laura Gallego”, “Autores del Romanticismo español” y “Tres sagas de fantasía que no te puedes perder” obtuvieron entre 7 y 16 visitas. Cabe destacar que la página “Recomendaciones”, que recopila estas seis entradas, alcanzó 15 visitas, lo cual indica que los lectores se mostraron interesados en el concepto de la nueva sección, aunque individualmente aún no haya alcanzado las cifras de “Libros reseñados”.

Imagen 5. Número de visitas de las entradas de *Bosque de Papel* pertenecientes a la sección “Recomendaciones”.

Novelas para leer en primavera	16
Recomendaciones	15
Grandes frases de Jane Austen	15
Curiosidades sobre las novelas de Jane Austen	14
Reseña de Los secretos del Bosque Salvaje	13
Reseña de La Dueña	12
Reseña de El castillo del lago	12
Jane Austen, Tonke Dragt y Laura Gallego	11
Reseña de Poemas de amor (Alfonsina Storni)	11
Reseña de las Leyendas de Bécquer	11
Autores del Romanticismo español	11
Reseña de Cuentos ilustrados de ballets	10
Tres sagas de fantasía que no te puedes perder	7

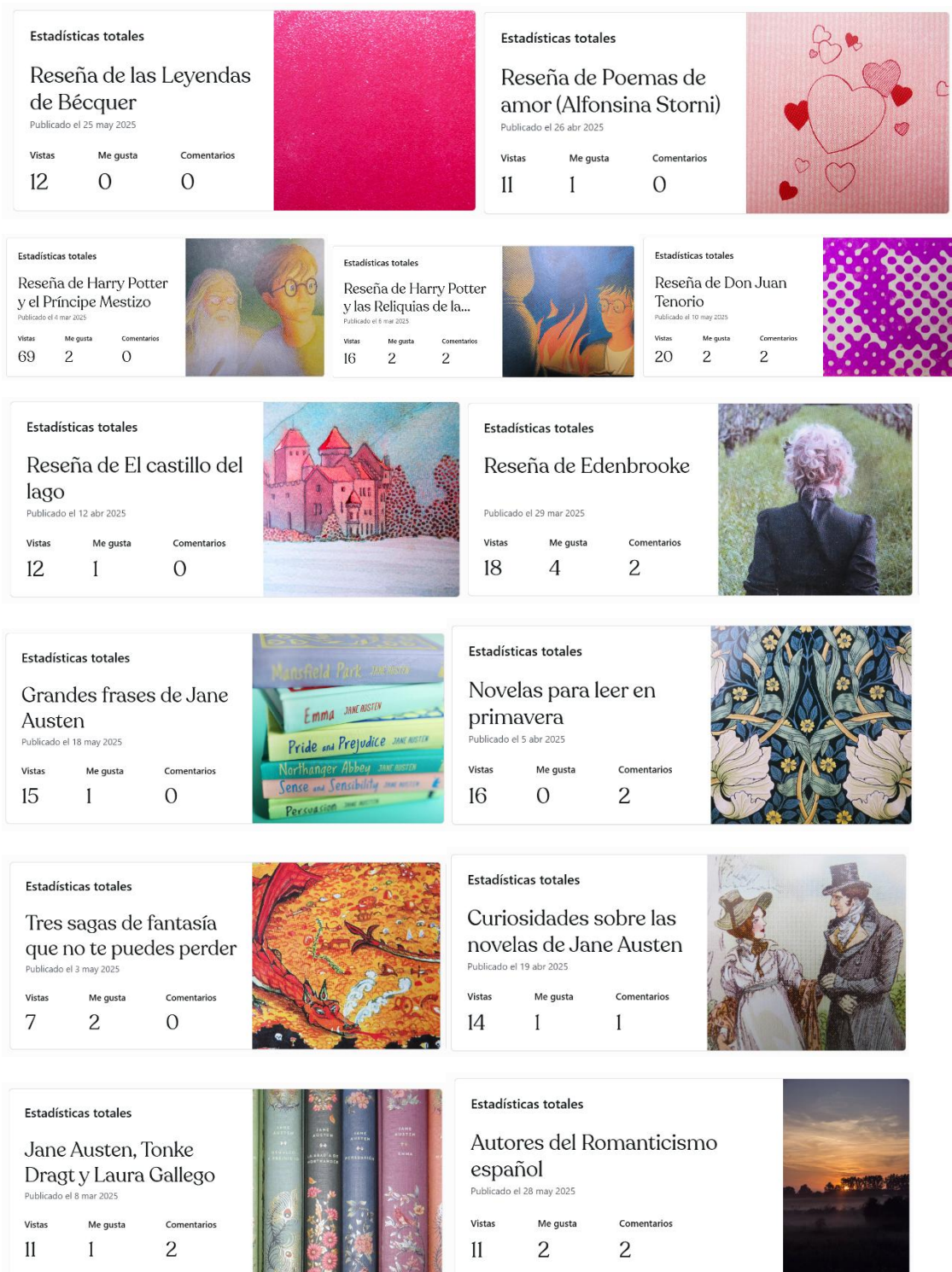
Aunque la mayoría de las entradas más visitadas se correspondan con las reseñas, ninguna de ellas pertenece al grupo de las que se publicaron entre febrero y mayo, que es el periodo en el que se inauguró la nueva sección “Recomendaciones”. Este hecho no es negativo, sino lógico: cuanto más tiempo transcurre, más visitas obtienen las entradas. Además, cabe mencionar que, con excepción de las reseñas de *Harry Potter y el Príncipe Mestizo* y *Don Juan Tenorio*, las otras reseñas obtuvieron entre 11 y 16 visitas; esto es, un número muy similar al de las recomendaciones. De ello se deduce que la nueva sección ha cosechado un éxito similar al de la más reciente.

Imagen 6. Número de visitas de las reseñas publicadas en *Bosque de Papel* entre el 1 de febrero y el 31 de mayo de 2025.

Reseña de Harry Potter y el Príncipe Mestizo	53
Reseña de Don Juan Tenorio	20
Reseña de Harry Potter y las Reliquias de la Muerte	16
Reseña de Edenbrooke	16
Novelas para leer en primavera	16
Recomendaciones	15
Grandes frases de Jane Austen	15
Curiosidades sobre las novelas de Jane Austen	14
Reseña de Los secretos del Bosque Salvaje	13
Reseña de La Dueña	12
Reseña de El castillo del lago	12
Jane Austen, Tonke Dragt y Laura Gallego	11
Reseña de Poemas de amor (Alfonsina Storni)	11
Reseña de las Leyendas de Bécquer	11
Autores del Romanticismo español	11

También es relevante que tanto las reseñas como las recomendaciones pertenecientes al periodo que se analiza en este trabajo (febrero-mayo) lograron obtener, como mínimo, un *me gusta* o un comentario, con la sola excepción de la reseña correspondiente a las *Leyendas* de Bécquer. Una vez más, las visitas que aparecen en la imagen 7 corresponden a las totales desde su publicación.

Imagen 7. Estadísticas de las entradas publicadas en *Bosque de Papel* entre el 1 de febrero y el 31 de mayo de 2025.



Finalmente, es importante mencionar que el número de seguidores del blog aumentó durante el período comprendido entre febrero y mayo: de 19 seguidores se pasó a tener 21.

Análisis de redirección del tráfico desde las redes sociales al blog

Tal y como se puede apreciar en la imagen 8, el número de redirecciones de Instagram hacia el blog es 14, mientras que el de LinkedIn es 9. Ciertamente, son cifras escasas si se las compara con la que arrojan los motores de búsqueda (3905); no obstante, la creación de perfiles en estas redes sociales no tenía como única finalidad la redirección al blog, sino también y especialmente la promoción de sus entradas.

Imagen 8. Número de redirecciones hacia *Bosque de Papel* entre el 1 de febrero y el 31 de mayo de 2025.

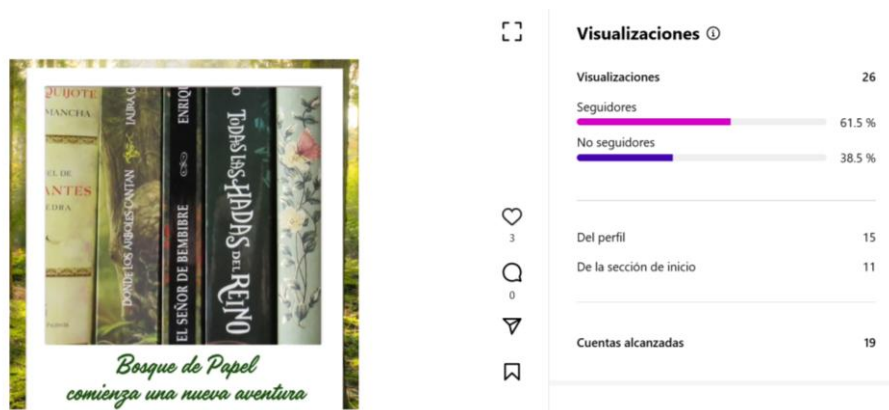
Referencias ⓘ	
All referencias	Vistas
Motores de búsqueda ▾	3905
chatgpt.com	24
Facebook	19
Instagram	14
WordPress.com Reader	13
com.google.android.googlequicksearchbox	10
LinkedIn ▾	9
Gmail	7
canva.com	6
docs.google.com	4
ecosia.org	3

4.3. Evaluación de las redes sociales

Análisis del tráfico de Instagram

Según la herramienta de análisis de Instagram, denominada *Insights*, desde la primera publicación en esta red hasta la última (10 de febrero y 28 de mayo de 2025) se produjeron 992 visualizaciones. Se aporta una imagen correspondiente a uno de los *posts* debido a que las visualizaciones se han sumado manualmente: la herramienta solo almacena de forma conjunta los datos de los últimos 90 días.

Imagen 9. Estadísticas de la primera entrada publicada en @bosquedepapel_blog.



Otro dato relevante que arroja *Insights* es el relativo a la reacción suscitada por las publicaciones: de las 34 que contiene la cuenta, 25 consiguieron, como mínimo, un *me gusta*. En este sentido, destaca la publicación del día 21 de febrero, que apareció exclusivamente en Instagram y logró cosechar un total de 161 visualizaciones y 8 *me gusta*. Dado que esta publicación consiste en un *reel* basado en las novelas de *Harry Potter*, se puede comprender que sea la más visualizada si se tiene en cuenta el éxito de la saga de Rowling en el blog.

Imagen 10. Estadísticas de la entrada publicada el 21 de febrero de 2025 en @bosquedepapel_blog.

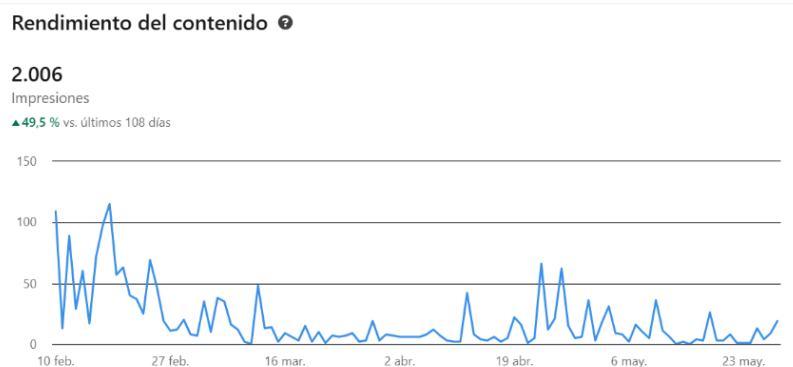


Por último, cabe destacar que la cuenta ha conseguido un total de 33 seguidores.

Análisis del tráfico de LinkedIn.

La herramienta estadística de LinkedIn, llamada *Análisis*, indica que entre el 10 de febrero y el 28 de mayo se originaron 2002 impresiones.

Imagen 11. Estadísticas de las entradas publicadas entre el 10 de febrero y el 28 de mayo de 2025 en @Cristina Manrique Balmori.



Finalmente, aunque LinkedIn suscitó más visualizaciones totales que Instagram, consiguió menos reacciones. De las 31 publicaciones que se elaboraron para LinkedIn, solo 7 lograron obtener algún *me gusta*. La entrada con un mayor número de reacciones es la correspondiente al 23 de abril, Día del Libro, pues obtuvo 111 impresiones y 3 *me gusta*.

Imagen 12. Estadísticas de la entrada publicada el 23 de abril de 2025 en @Cristina Manrique Balmori.



5. CONCLUSIONES

La comunicación digital ha revolucionado la manera de transmitir nuestras ideas. En el terreno literario ha permitido que la lectura ya no sea una actividad meramente individual y ceñida al papel, sino que la ha colectivizado mediante plataformas como los blogs y las redes sociales, utilizadas por aficionados, profesionales e *influencers* para expresar sus opiniones.

Con la idea de potenciar el blog literario de la autora, *Bosque de Papel*, en este trabajo se quiso elaborar un plan de comunicación que permitiese analizar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Gracias a dicho plan se pudo comprobar que era necesario aumentar el número de publicaciones y de secciones, así como crear cuentas en las redes sociales para cumplir los objetivos del plan; esto es, reforzar la marca personal de Cristina Manrique, promocionar el contenido del blog y aumentar su tráfico. Para ello, se llevaron a cabo varias estrategias: crear la nueva sección “Recomendaciones” y publicar en ella, continuar publicando en la sección “Libros reseñados”, ampliar el apartado “Acerca de” y añadir iconos de redes sociales, crear una cuenta en Instagram y en LinkedIn para redirigir el tráfico que recibieran al blog mediante publicaciones regulares y, por último, incluir un formulario de contacto en la sección “Acerca de”.

Una vez se llevaron a cabo estas acciones, se procedió a realizar un estudio exhaustivo de su efectividad para dar cumplimiento al OE3. Los resultados mostraron que tanto la nueva sección como la preexistente lograron atraer al público y las cuentas de Instagram y LinkedIn obtuvieron un elevado número de visualizaciones y algunas reacciones.

6. REFERENCIAS

- Aletreo (19 de mayo de 2023). *Las redes sociales más utilizadas por edades*.
<https://aletreo.com/redes-sociales-mas-utilizadas-por-edades/>
- Altamirano-Benítez, V. y Duque-Rengel, V. (2024). Marca personal, de la teoría a la práctica. *European Public & Social Innovation Review* (9), 1-20.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9930599>
- Aparicio, A. (2024). *Reportaje multimedia. El uso de Redes Sociales por mujeres en la promoción de libros* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid].
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/71992>
- Arancibia, M. C. y Montecino, L. (2013). El blog de comentarios a textos de opinión en ciberperiódicos: un género en constante reconstrucción. *Literatura y lingüística* (28), 123-148. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8612137>
- Blanco, I. (2024). ¿Hacia dónde va el periodismo? *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación* (206), 59-64.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9596503>
- Castañeda, B. (2025). *Tema 5. Marketing político y electoral: fundamentos, recursos y estudios de caso* [Diapositiva de PowerPoint].
<https://campusvirtual.uva.es/mod/resource/view.php?id=2529774>
- Etxaniz, G. (2022). *Estudio de las redes sociales más utilizadas en la actualidad* [Trabajo Fin de Grado, Universidad del País Vasco]. <https://hdl.handle.net/10810/58776>
- Font, C. (2024). *Cómo escribir sobre una lectura*. Alba.
- Fumero, A. (2005). Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (65), 46-59.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1342543>
- García, J. S. (2015). Desarrollo de las redes sociales como herramienta de marketing. Estado de la cuestión hasta 2015. *Anagramas*, 13 (26), 179-196.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5191802>
- Guaña-Moya, J., Avalos-Guijarro, A. y Segura-Flores, R. (2024). Mapeo sistemático de la evolución y usos de las redes sociales en el mundo digitalizado. *593 Digital Publisher CEIT*, 9 (6), 169-182. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9842434>
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91 (2), 121-128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>

- Islas-Carmona, J. O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11 (1), 29-39. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64911103>
- Iniesta-Alemán, I. (2019). La marca personal y profesional en la economía de la reputación. *IROCMM*, 2 (1), 61-73. <https://dx.doi.org/10.12795/IROCMM.2019.v02.i01.06>
- Juan, L. (2024). Breve historia de las formas y formatos del discurso arquitectónico en internet: blog, microblog, foro, hilo y tablón. *SOBRE*, 10, 149-167. <https://doi.org/10.30827/sobre.v10i.29437>
- Martínez-Díaz, D., Esparragoza, D. J. y Jaramillo, O. L. (2017). Diseño y validación de un instrumento para la identificación y el desarrollo de la promesa de marca personal en estudiantes universitarios. *Revista de investigación en educación*, 15 (2), 91-108. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6175271>
- Pretel-Jiménez, M., Del Olmo, J. L. y Ruiz-Viñals, C. (2024). El *engagement* de los *influencers* literarios con sus seguidores en Instagram: contenido y estrategia de los *Bookstagrammers*. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15 (1), 305-321. <https://hdl.handle.net/10045/139317>
- Valdiviezo, A. O. y Vergara, S. B. (2024). *El marketing digital en el posicionamiento de marca en LinkedIn: Estudio de caso de la empresa Alpa, Lurín* [Tesis, Universidad Autónoma del Perú]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/AUTO_456b6d085327251d0ab5adeecac3556f/Details

ANEXOS

Anexo I. Dirección del blog *Bosque de Papel*.

www.bosquedepapel.com

Anexo II. Dirección de la cuenta de *Bosque de Papel* en Instagram.

https://www.instagram.com/bosquedepapel_blog/

Anexo III. Dirección de la cuenta de la autora de *Bosque de Papel* en LinkedIn.

www.linkedin.com/in/cristinamanriquebalmori/

Plan de comunicación



Bosque de Papel

Blog de crítica literaria

Cristina Manrique Balmori

ÍNDICE

1. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

1.1. Origen, misión, visión y valores.....	3
1.2. Identidad visual.....	3
1.3. Organigrama.....	5
1.4. Recursos económicos, humanos y materiales.....	5
1.5. Competencia	
1.5.1. <i>Anika entre libros</i>	6
1.5.2. <i>La pecera de Raquel</i>	7
1.5.3. <i>Letras parlanchinas</i>	7
1.5.4. <i>Leer es vivir dos veces</i>	8
1.5.5. <i>El Quinto Libro</i>	9
1.5.6. <i>El mundo entre letras</i>	10
1.5.7. <i>Marea Literaria</i>	11
1.5.8. <i>El primer capítulo</i>	12
1.5.9. <i>Escaparate literario</i>	13
1.5.10. <i>Château of Books</i>	13
1.6. Análisis FODA de <i>Bosque de Papel</i>	14
1.7. Matriz Vester de <i>Bosque de Papel</i>	16

2. PLANIFICACIÓN

2.1. Objetivos.....	18
2.2. Públicos.....	18
2.3. Mensaje.....	19
2.4. Canal.....	20

3. EJECUCIÓN

3.1. Plan de trabajo.....	22
---------------------------	----

4. EVALUACIÓN

4.1. Evaluación del blog	25
4.2. Evaluación de las redes sociales	25

5. REFERENCIAS.....

ANEXOS.....	28
-------------	----

1. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

1.1. Origen, misión, visión y valores

Bosque de Papel (www.bosquedepapel.com) nace en octubre de 2023 con el propósito de convertirse en una guía de referencia para cualquier persona mayor de quince años interesada en la lectura a través de un blog. La misión de *Bosque de Papel* es compartir y reforzar el interés por la lectura mediante la publicación regular de reseñas y recomendaciones. A través de estas publicaciones se pretende transmitir los conocimientos, valoraciones y gustos literarios de su autora, Cristina Manrique, de una manera rigurosa, pero no por ello compleja, pues el público al que está dirigido el blog está formado tanto por aficionados como por expertos.

Como se ha adelantado, la visión del blog es convertirse en una página de referencia dentro del mundo literario y conseguir que no se pierda la pasión por los libros en aquellas personas que ya la cultivan. Para lograrlo, su autora trata de crear contenidos de calidad que resulten útiles para los lectores y los ayuden a decidir cuál podría ser su próxima lectura.

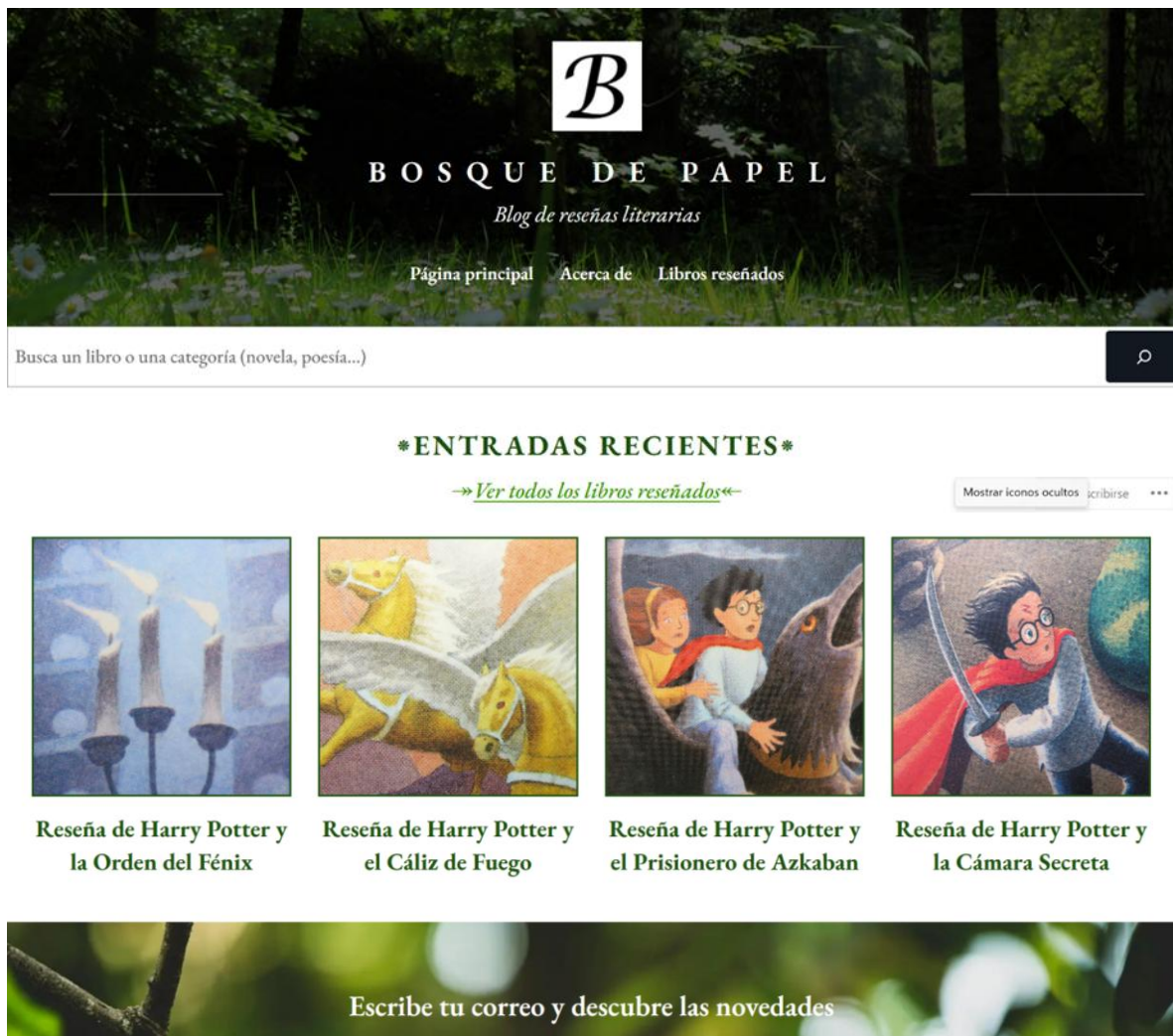
En consecuencia, los valores de *Bosque de Papel* son la rigurosidad, el compromiso y el respeto. Como licenciada en el Grado en Español: Lengua y Literatura, la autora considera que la formación es muy relevante a la hora de analizar un libro, pues para recomendar o desaconsejar su lectura hay que conocer profundamente todos sus aspectos: el argumento, el narrador, los protagonistas, etc. Relacionado con la rigurosidad está el compromiso; en este caso, con los lectores: cuando se publica un contenido, es deber de la autora cuidar tanto su forma como su fondo para que sea atractivo y comprensible a un tiempo. En cuanto al respeto, resulta fundamental tratar a los demás usuarios del mundo virtual con la misma educación que en el mundo físico; por ello, se apela a los lectores y se responde a sus comentarios de manera amable y paciente.

1.2. Identidad visual

La representación visual de *Bosque de Papel* está configurada por un isotipo donde aparece una B escrita con Lucida Calligraphy, una fuente tipográfica que no solo aúna la sencillez y la elegancia, sino que se aleja ligeramente de las fuentes más convencionales. Este isotipo expresa que *Bosque de Papel* es un blog especializado en literatura, pero no por ello complejo o inaccesible para el lector medio.

Imagen 1. Isotipo de *Bosque de Papel*.A large, elegant, black serif capital letter 'B' centered on a white background.

En el blog predominan el color verde y las imágenes relacionadas con la naturaleza, en una clara alusión a su nombre. Cabe destacar que lo visual tiene una importancia notable, ya que la página de inicio muestra cuatro grandes imágenes de los últimos libros que se han reseñado y, además, cuando el lector accede a las publicaciones, puede notar que los colores varían de unas a otras, siempre en función de los que conformen la imagen de cabecera.

Imagen 2. Página principal de *Bosque de Papel*.

1.3. Organigrama

Aunque existen blogs donde colaboran distintos usuarios, *Bosque de Papel* es unipersonal: Cristina Manrique desempeña las funciones de autora, diseñadora y, desde febrero de 2025, responsable de redes. Ello se debe a que *Bosque de Papel* es un proyecto de marca personal donde expresa sus conocimientos y opiniones; no obstante, los comentarios de otros usuarios enriquecen los contenidos, así que al compartir sus ideas se convierten en prosumidores del blog.

1.4. Recursos económicos, materiales y humanos

Los únicos recursos económicos que necesita el blog son aquellos destinados a mantener el dominio *bosquedepapel.com* (13 euros) y el Plan Personal de la plataforma Wordpress (58,08 euros). En total, son 71,08 euros abonados anualmente. Los gastos no provienen de ninguna subvención, sino que son sufragados por la autora, que es la única persona que colabora activamente en el blog.

En cuanto a los recursos materiales, el blog se aloja en la plataforma virtual Wordpress, pero todos los libros se reseñan a partir de copias físicas propiedad de la autora. Asimismo, se emplea una cámara profesional para realizar las fotografías de cabecera de las reseñas, mientras que los demás elementos visuales provienen de bancos de imágenes libres de derechos, generalmente Pexels.

1.5. Competencia

Puesto que la creación de un blog está al alcance de cualquier persona con ciertos conocimientos digitales, existen numerosos blogs que abarcan toda clase de temáticas. Concretamente, la literatura es un arte que se presta a ser tratado en un blog, pues un crítico literario puede emplear este formato para elaborar reseñas con las que transmite “una opinión subjetiva pero formada de la obra” (Font, 2024, p. 12) que haya decidido valorar.

Dicho esto, se ha elaborado una selección de blogs con temática literaria: *Anika entre libros*, *La Pecera de Raquel*, *Letras parlanchinas*, *Leer es vivir dos veces*, *El Quinto Libro*, *El mundo entre letras*, *Marea Literaria*, *El primer capítulo*, *Escaparate Literario* y *Château of Books*. De cada uno de ellos se ha realizado un análisis FODA que estudia sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con respecto a *Bosque de Papel*. El anexo I recoge de manera resumida el resultado de este análisis.

1.5.1. *Anika entre libros*

Anika entre libros se define como una plataforma “sin ánimo de lucro” que trata de fomentar “la lectura en particular, y la cultura en general” (*Anika entre libros*, s. f.). Con casi treinta años de experiencia, este blog no solo incluye reseñas literarias, sino también un fichero de autores, varias entrevistas, noticias relacionadas con el mundo de los libros, una revista en línea con diversas secciones y un recopilatorio de otros blogs.

Fortalezas. La principal fortaleza de *Anika entre libros* es su larga trayectoria (1996-2025), ya que esto ha permitido a su autora, Anika Lillo, crear varias secciones dentro del blog y ofrecer un gran número de reseñas literarias. Dentro de estas últimas, destaca la variedad de autores y el rigor de las opiniones ofrecidas, en ocasiones por la propia directora y en otras por colaboradores. En cada reseña se incluyen tres apartados esenciales: una ficha técnica, un resumen del argumento y la opinión del crítico.

Oportunidades. *Anika entre libros* podría aprovechar su extenso número de reseñas para establecer una clasificación más detallada; por ejemplo, según el subgénero de cada obra o su año de publicación. Lo mismo podría aplicarse a la lista de autores, que no están divididos en ningún subapartado, pero podrían clasificarse en atención al género en el que suelen escribir o su lugar de procedencia.

Debilidades. A pesar de las numerosas fortalezas de *Anika entre libros*, su diseño puede resultar algo simple y anticuado. Al margen del color negro, el naranja es el único que se utiliza en las distintas secciones, lo cual causa una sensación de monotonía. Por otra parte, el tipo de letra no varía y los elementos visuales no destacan por su calidad o su colorido. También cabe indicar que el buscador de reseñas es poco práctico, ya que no incluye una barra de búsqueda que permita introducir el título del libro, sino que solo permite seleccionar la letra inicial.

Amenazas. La mayor amenaza que presenta este blog es que su diseño no destaca frente al de otros que han dedicado un mayor esfuerzo al aspecto visual, como pueden ser el propio *Bosque de Papel* o *La Pecera de Raquel*. También hay otro aspecto que supone una amenaza, y es el de la búsqueda de libros: blogs como *Letras parlanchinas* ofrecen un buscador que permite localizar fácilmente la obra en la que el lector tiene interés.

1.5.2. *La Pecera de Raquel*

Como explica su autora, este blog está muy centrado en el canal de YouTube del mismo nombre, ya que la autora comparte sus lecturas a través de la “comunidad llamada Booktube” (La Pecera de Raquel, s. f.), de la cual ya se ha hablado anteriormente en este trabajo. A pesar del evidente enfoque audiovisual, el blog también cuenta con entradas textuales.

Fortalezas. La gran fortaleza de *La Pecera de Raquel* es su apuesta por el formato audiovisual a través de una plataforma de consumo masivo como es YouTube. Además, el blog no se limita a utilizar esta plataforma, sino que también ofrece algunos contenidos que solo constan de texto e imágenes. De esta manera, la autora hace uso de diversos canales para llegar a un público más amplio.

Oportunidades. A pesar de lo que acaba de exponerse, la mayoría de los contenidos de *La Pecera de Raquel* son audiovisuales; por lo tanto, cabría la posibilidad de aumentar los contenidos escritos para potenciar la estrategia omnicanal del blog. Asimismo, la autora debería seguir creando contenidos de calidad para el canal de YouTube, dado que es su mayor fortaleza.

Debilidades. Blogs como *Anika entre libros* o *Marea Literaria* suponen una amenaza para *La Pecera de Raquel* porque presentan un número mayor de contenidos textuales, que, como se ha comentado, son los que menos abundan en el blog. Asimismo, las reseñas no están organizadas según una categorización, como sí ocurre en *Bosque de Papel* o *Anika entre libros*.

Amenazas. Aunque *La Pecera de Raquel* esté muy enfocada en los contenidos audiovisuales de la cuenta de YouTube, no por ello debería descuidar sus contenidos escritos, pues pueden atraer más a aquellos lectores que prefieran leer con reposo las reseñas antes que visualizarlas o escucharlas; así, el aspecto más débil de este blog es el escrito.

1.5.3. *Letras parlanchinas*

La autora de *Letras Parlanchinas* describe su blog como un espacio donde “encontrar artículos sobre libros, películas, arte y, en general, cualquier tema que me inspire en el día a día” (Letras parlanchinas, s.f.). Así, aunque los contenidos de este blog se centran especialmente en la literatura, también hay espacio para otras temáticas.

Fortalezas. Uno de los aspectos más destacables de *Letras parlanchinas* es su variedad literaria: no solo se pueden encontrar reseñas, que es el contenido clásico de los blogs dedicados a la literatura, sino también recomendaciones y retos relacionados con el mundo de los libros. Asimismo, cada *post* está escrito con dedicación, de manera que el contenido tiene calidad y ahonda suficientemente en el tema que se está tratando. Por su parte, el diseño es sencillo pero original, lo cual permite que el blog se diferencie de otros alojados en la misma plataforma (Wordpress).

Oportunidades. *Letras parlanchinas* tiene la oportunidad de destacar sobre otros blogs literarios debido a su mencionada variedad de contenidos. Si su autora continúa elaborando *posts* que no se limiten a reseñar libros, conseguirá posicionar el blog como una página variada, con lo cual podrá atraer a un público más amplio.

Debilidades. La extensión de las entradas de este blog, aunque por una parte puede resultar positiva, también presenta una desventaja: puede producir rechazo entre aquellos lectores que no disponen de mucho tiempo o buscan contenidos rápidos y condensados. En este sentido, los contenidos de *Bosque de Papel* son más breves, pero intentan ofrecer la información suficiente como para que el lector tenga una idea concreta de lo que se ha querido expresar.

Amenazas. Tal y como se ha comentado, otros blogs como *Bosque de Papel* o *El primer capítulo* presentan un contenido de menor extensión y mayor condensación, lo cual supone una amenaza para *Letras parlanchinas* porque parte del público puede preferir los contenidos breves por falta de tiempo o interés para leer los detallados.

1.5.4. *Leer es vivir dos veces*

Leer es vivir dos veces es el nombre de un blog dirigido por un profesor universitario que publica para quienes disfrutan de la lectura, pero carecen de “tiempo para estar muy al día de libros, novedades, clásicos, librerías, o cualquier sustantivo del mismo campo semántico” (*Leer es vivir dos veces*, s. f.). Al igual que *Bosque de Papel*, cuenta con un perfil de Instagram en el que su autor publica de forma resumida los contenidos del blog, además de *posts* adicionales.

Fortalezas. Una de las fortalezas de este blog es que su autor es un profesor de universidad, lo cual ofrece una calidad que otros autores pueden no tener. Además, el hecho de publicar las

novedades del blog en Instagram puede atraer a más público, especialmente joven, a diferencia de aquellos blogs que no tienen perfiles en las redes sociales.

Oportunidades. *Leer es vivir dos veces* tiene la oportunidad de continuar utilizando Instagram y Facebook para promocionar los contenidos del blog, así como de abrir un perfil en otras redes sociales que atraigan a públicos de diferentes edades (Goodreads o TikTok). Su autor también puede aprovechar sus profundos conocimientos literarios para elaborar críticas rigurosas, ya que en algunos blogs predomina el sentimiento del lector sobre la calidad del libro.

Debilidades. Se puede observar que este blog no ofrece ninguna clasificación de las obras reseñadas, sino que el lector debe navegar entre las entradas de la página principal o utilizar el cuadro de búsqueda de la esquina derecha. *Bosque de Papel* y *Escaparate Literario* lo aventajan en este sentido, pues ofrecen una clasificación de las reseñas en función de su género.

Amenazas. El hecho de no presentar una organización clara de las reseñas representa una amenaza para *Leer es vivir dos veces*, ya que los lectores de este tipo de blogs pueden preferir aquellos que clasifiquen las obras según un criterio determinado.

1.5.5. *El Quinto Libro*

Este blog de diseño moderno se define como un espacio donde se pueden hallar “reseñas y críticas de las últimas novedades literarias, novelas gráficas y también grandes clásicos” (El Quinto Libro, 2025). Cuenta con un equipo formado por los cuatro fundadores y seis redactores que no solo publican reseñas, sino también entrevistas, imágenes, noticias y *posts* relacionados con el Festival Cartagena Negra.

Fortalezas. Además de su diseño actual, *El Quinto Libro* destaca por su variedad: como se ha indicado, sus *posts* no solo incluyen reseñas de libros clásicos y contemporáneos, sino que también ofrecen otros contenidos dentro del ámbito literario. También es positivo el hecho de que en el blog participen varios autores, ya que de esta manera se ofrecen diferentes puntos de vista que enriquecen al lector. Asimismo, se diferencia de otros blogs literarios en cuanto a que ha recibido un premio y ha quedado finalista en cuatro ocasiones.

Oportunidades. *El Quinto Libro* puede aprovechar el potencial de su diseño moderno para intentar atraer al público joven, que suele utilizar con más frecuencia las redes sociales que los

blogs clásicos para informarse sobre el mundo literario. Además, tiene la oportunidad de aceptar más redactores para que la variedad que lo caracteriza sea aún mayor.

Debilidades. Aunque el diseño puede resultar atractivo para aquellas personas acostumbradas a manejarse en el mundo digital, también puede ser poco accesible para quienes no se manejan con soltura, pues la información no aparece de manera clara, sino que hay que avanzar hasta encontrar aquello que se busca.

Amenazas. Esta distribución de la información presenta más desventajas que la organización de otros blogs. *Bosque de Papel* ofrece sus contenidos de una manera más directa y sencilla, sin necesidad de avanzar continuamente en la página para encontrar lo que se busca.

1.5.6. *El mundo entre letras*

El mundo entre letras se trata de un blog donde su autora no solo expresa sus opiniones acerca de los libros que ha leído, sino también “sobre reflexiones que se me van ocurriendo o sobre cosas que pasan en mi día a día” (El mundo entre letras, s. f.). Así, en este caso se combinan las reseñas literarias con las reflexiones de corte intimista.

Fortalezas. Esta combinación de reseñas y reflexiones personales es la mayor fortaleza de este blog porque lo diferencia de los otros dedicados a la literatura. Al aportar sus propios textos, la autora se convierte en una prosumidora: no se limita a ofrecer su opinión sobre las creaciones de otras personas, sino que aporta las suyas para mostrarlas al público.

Oportunidades. *El mundo entre letras* puede continuar combinando los contenidos literarios e intimistas para atraer tanto al público interesado en los libros como a aquel que busca publicaciones que le hagan reflexionar o sentirse identificado con otras personas. Asimismo, resultaría beneficioso que incluyese más fotografías, ya que la autora menciona que es aficionada a este arte y realiza ella misma las capturas.

Debilidades. A diferencia de otros blogs, *El mundo entre letras* cuenta con escasas publicaciones, tanto literarias como intimistas. Además, su diseño puede resultar algo simple, ya que no hay elementos decorativos y solo se utilizan los colores negro y gris para el texto.

Amenazas. Blogs como *Anika entre libros* o *Marea Literaria* contienen numerosas reseñas, lo que puede perjudicar a *Un mundo entre letras*. Incluso *Bosque de Papel*, a pesar de contar con un año y medio, ofrece más de treinta reseñas, con lo cual supera a las que aparecen en la sección “Libros” de *Un mundo entre letras*. Asimismo, el diseño del blog que se estudia en este trabajo es más colorido y ornamentado.

1.5.7. *Marea Literaria*

Marea Literaria nace para dar a conocer las lecturas de su autora, “complementando las reseñas con toda clase de información que resulte interesante para aproximarnos más a la obra o al autor, compartiendo mis opiniones y, en definitiva, tratando que disfrutemos mucho más con cada lectura” (*Marea Literaria*, s. f.). Como ocurría en el caso de *La Pecera de Raquel*, también hay disponible un canal de YouTube donde la autora elabora reseñas en vídeo.

Fortalezas. El diseño de *Marea Literaria* es lo suficientemente original y atractivo como para destacar sobre otros blogs más sencillos. El concepto del mar se aprecia a lo largo de todo el blog: en el fondo aparece una fotografía marítima y en la página principal se pueden visitar las entradas recientes, que se muestran en color blanco y ocupan gran parte de la pantalla, como si fuesen olas. Por otra parte, el rincón dedicado a Galdós es muy relevante, ya que incluye numerosas obras de este novelista, así como información complementaria.

Oportunidades. Al igual que ha dedicado una sección exclusivamente a Galdós, la autora podría crear una nueva sección para otro autor, ya que el hecho de incluir un apartado dentro del blog en el que solo se trate de un escritor puede atraer a aquel público que sea especialmente aficionado a este, o bien a cualquier persona que desee ampliar sus conocimientos al respecto.

Debilidades. Aunque la atmósfera marítima es original, puede resultar algo monótona, pues el fondo no varía en ninguna de las secciones. También cabe mencionar que el listado de reseñas aparece en orden alfabético; no obstante, al igual que se ha comentado en otros blogs, se echa en falta una clasificación por géneros, o bien por autores.

Amenazas. Dicho esto, *Marea Literaria* puede aventajar a otras páginas gracias a su diseño original, pero al mismo tiempo se encuentra en desventaja frente a otros blogs de aspecto más colorido, como *El Quinto Libro*, que resulta más atractivo estéticamente gracias a sus variados recursos visuales. Una vez más, la ausencia de clasificación de sus reseñas es otro aspecto que

mejorar, ya que *Bosque de Papel*, como ya se ha indicado, presenta una estructuración más completa.

1.5.8. *El primer capítulo*

Las dos autoras de este blog tratan de compartir su gusto por la lectura: Aida se considera como “una de esas personas que cuando tiene tiempo libre le gusta coger un buen libro”; Lorena, como una “aficionada a la lectura desde que tengo uso de razón” (El primer capítulo, s. f.). Una de las particularidades de *El primer capítulo* es que incluye un apartado dedicado al cuento denominado “Los cuentos de Laia”.

Fortalezas. La idea de ofrecer una sección dedicada a un subgénero concreto como es el cuento resulta de gran utilidad para los lectores que estén especialmente interesados en él. Además, los cuentos que se han reseñado en el blog están destinados a los niños, así que esta sección puede ayudar a los padres a escoger aquellas lecturas que consideren más adecuadas para sus hijos. Por otra parte, el hecho de que en el blog participen dos personas siempre resulta más enriquecedor que si solo escribe una, como es el caso de *Bosque de Papel*.

Oportunidades. De la misma manera que el blog incluye este apartado infantil, sería recomendable que añadiese otro de literatura juvenil, ya que ambos géneros están muy relacionados. Asimismo, podría crearse una sección dedicada a los cuentos clásicos, que no necesariamente están orientados a un público infantil, o elaborar más publicaciones para los apartados “Entretenimiento” y “Capítulos”.

Debilidades. En *El primer capítulo* no existe una barra de búsqueda, lo cual dificulta la navegación por el blog y no ayuda a encontrar un determinado autor o libro. Asimismo, los apartados denominados “Entretenimiento” y “Capítulos” no están bien aprovechados: el primero no contiene ninguna publicación y el segundo solo consta de un *post*.

Amenazas. Con lo expuesto, se puede deducir que aquellos blogs que presentan una barra de búsqueda (*Leer es vivir dos veces*, *Château of Books* o *Bosque de Papel*) suponen una amenaza para *El primer capítulo*, ya que esta opción resulta casi indispensable para poder navegar adecuadamente.

1.5.9. *Escaparate Literario*

Este blog se define como una “web de libros y literatura” (Escaparate Literario, 2025) donde se exponen novedades literarias y se recomiendan o desaconsejan libros. Las reseñas se dividen en numerosas categorías, dependiendo del subgénero literario de la obra.

Fortalezas. Algunos de los blogs que se han analizado carecen de una clasificación clara de las reseñas literarias, lo cual es una ventaja para *Escaparate Literario*, que divide sus reseñas según el subgénero: “Aventuras”, “Ciencia ficción”, “Fantasía”... Asimismo, resulta original la distinción entre los apartados “Recomendaciones” y “Decepciones”, ya que por lo general suele existir únicamente el primero, pero en este blog se ha querido conceder importancia a aquellos libros que se desaconsejan.

Oportunidades. Puesto que *Escaparate Literario* ha establecido una clasificación útil para sus reseñas, tiene la oportunidad de aplicar esa misma clasificación a los mencionados apartados de “Recomendaciones” y “Decepciones”. Por otra parte, también cabría la posibilidad de ampliar la sección “Opiniones”, pues por el momento solo cuenta con una publicación.

Debilidades. El descuido de la sección “Opiniones” puede suponer una debilidad frente a otros blogs que intentan ofrecer diversos contenidos en todos sus apartados. Además, la sección “Series”, que está dedicada a numerosas series literarias, está ordenada según el alfabeto, pero contiene tantos títulos que sería más adecuado establecer alguna clasificación para que el lector pueda orientarse mejor.

Amenazas. Frente a *Escaparate Literario*, *El mundo entre letras* y *Bosque de Papel* son blogs que presentan más de una sección, pero se puede encontrar más de un *post* en cada una de ellas, lo que puede provocar que los lectores piensen que se está descuidando el primer blog.

1.5.10. *Château of Books*

La autora de este blog lo creó debido a “mi necesidad de hablar sobre los libros y compartir mi pasión” (Château of Books, s. f.). Nacido a partir de las opiniones que la autora publicaba en la plataforma Goodreads, este blog ofrece reseñas y otros contenidos relativos al mundo literario, tanto en español como en inglés.

Fortalezas. El bilingüismo de *Château of Books* supone una ventaja respecto a muchos otros blogs, ya que por lo general suelen ofrecer sus contenidos únicamente en español, como es el caso de *Bosque de Papel*. También cabe destacar que la estética del blog recuerda a la de Instagram, con lo cual puede atraer a aquellas personas, sobre todo jóvenes, que estén más acostumbradas a buscar información en las redes sociales que en la web.

Oportunidades. La mayor oportunidad de *Château of Books* se halla en su combinación del idioma español con el inglés; así pues, es recomendable que la autora continúe publicando en ambos idiomas para apelar tanto al público hispanico como al anglosajón. Además, puede seguir trasladando los contenidos a los perfiles de las redes sociales relacionadas con el blog: Goodreads, Instagram y Pinterest.

Debilidades. *Château of Books* presenta una debilidad que ya se ha observado en otros blogs literarios: la falta de una clasificación para las reseñas. En este caso, la debilidad es mayor porque tampoco existe una diferencia entre las publicaciones en castellano y en inglés, con lo cual el desorden aumenta.

Amenazas. De nuevo, este blog se ve amenazado por otros que sí presentan una clasificación de sus reseñas: *Bosque de Papel* o *Escaparate Literario* son algunos ejemplos. El hecho de no realizar esta clasificación puede provocar que el lector se decante por aquellos blogs que hayan estructurado mejor su contenido.

1.6. Análisis FODA de *Bosque de Papel*

Teniendo en cuenta los análisis FODA que se han realizado para los blogs que conforman la competencia de *Bosque de Papel*, se procede a presentar un análisis FODA sobre este último, que es el objeto de estudio de este plan de comunicación.

Fortalezas. La primera fortaleza que cabe destacar de *Bosque de Papel* es su diseño. Su creadora ha conformado una identidad visual en torno a la naturaleza basándose en el título del blog. Otro aspecto positivo es su organización: mientras que otros blogs carecen de una clasificación clara de sus reseñas, en este caso los usuarios pueden navegar fácilmente por la sección de “Libros reseñados” para encontrar aquellos que resulten de su interés según su género o su autor. Este blog también destaca por su variedad, ya que no se circunscribe a un solo género literario, sino que ofrece contenidos relacionados con la novela, la poesía y el

teatro. Dentro de la novela, que es el género con mayor número de entradas, se pueden encontrar los siguientes subgéneros: novela romántica, de aventuras, infantil, histórica, fantástica, intimista, de misterio y de terror. Finalmente, cabe mencionar que la formación de la autora contribuye a que sus contenidos sean rigurosos, puesto que es graduada en Filología Hispánica y, por tanto, conoce a fondo la teoría literaria, lo cual le permite analizar de manera profesional el argumento, los personajes y el mensaje de cada obra.

Oportunidades. Puesto que *Bosque de Papel* cuenta con un número adecuado de reseñas para su antigüedad (34, desde su creación en noviembre de 2023 hasta diciembre de 2024), tiene la oportunidad de expandir sus contenidos mediante el desarrollo de un posible nuevo apartado de “Recomendaciones”. Por otra parte, es aconsejable que la autora aproveche el potencial de las redes sociales para dar a conocer a un público más amplio los contenidos del blog. Concretamente, Instagram es una plataforma donde destacan los vídeos cortos o *reels*, mientras que LinkedIn se presta a ofrecer contenidos más reflexivos que permitan mejorar la marca personal de forma profesional: “en la actualidad, un número creciente de empresas y expertos emplean LinkedIn como una herramienta fundamental del marketing digital con el objetivo de fortalecer la presencia, participación de su marca y poder llegar a expandir su red de contactos” (Valdiviezo y Vergara, 2024, pp. 12-13).

Debilidades. Si se compara con otros blogs como *El Quinto Libro*, *Bosque de Papel* presenta un número limitado de secciones, ya que en el momento actual solo dispone de una, “Libros reseñados”. Por otra parte, la página principal de *Bosque de Papel* presenta pocas entradas, lo cual puede provocar que los lectores abandonen el blog y busquen otros que ofrezcan desde el principio más contenidos.

Amenazas. La antigüedad de blogs como *Anika entre libros*, que como se indicó en su correspondiente apartado tiene casi treinta años, puede representar una amenaza para *Bosque de Papel*, que aún no ha alcanzado los dos años. También cabe mencionar que *Bosque de Papel* no tiene publicidad, hecho que lo sitúa en una posición desventajosa frente a aquellos blogs que sí se publicitan y, por tanto, pueden llegar a más usuarios y tener ingresos.

1.7. Matriz Vester

Para identificar con más concreción los problemas que presenta *Bosque de Papel* se ha optado por aplicar la metodología de la matriz Vester. A partir del análisis anterior, se extraen los puntos críticos que acechan al blog.

P1: Poca antigüedad.

P2: Escasa interacción con el público.

P3: Bajo número de publicaciones.

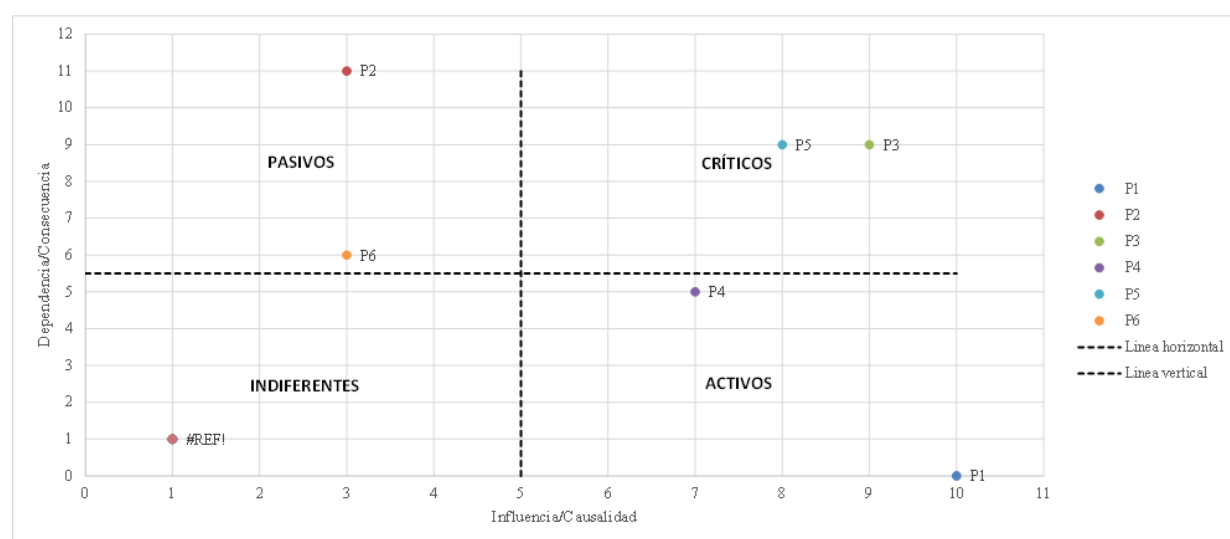
P4: Ausencia en las redes sociales.

P5: Bajo número de secciones.

P6: Autor individual.

Imagen 3. Dependencia, influencia y resultados de la matriz Vester.

Código	Variable	P1	P2	P3	P4	P5	P6	LUEN
P1	Poca antigüedad	0	2	3	1	3	1	10
P2	Escasa interacción con el público	0	0	0	1	1	1	3
P3	Bajo número de publicaciones	0	3	0	2	3	1	9
P4	Ausencia en las redes sociales	0	3	2	0	1	1	7
P5	Bajo número de secciones	0	2	3	1	0	2	8
P6	Autor individual	0	1	1	0	1	0	3
DEPENDENCIA		0	11	9	5	9	6	40



La matriz Vester clasifica los problemas en 4 categorías: **críticos** (son causa de otros problemas y, al mismo tiempo, son causados por los demás), **pasivos** (de poca influencia causal), **indiferentes** (no causan a otros ni tampoco son causados) y, por último, **activos** (aunque no son causados por los demás, influyen notablemente en los otros criterios). Aplicando esta división a *Bosque de Papel*, se obtiene la siguiente clasificación (ver Imagen 3):

Pasivos: “Escasa interacción con el público” (P2) y “Autor individual” (P6).

Críticos: “Bajo número de publicaciones” (P3) y “Bajo número de secciones” (P5).

Indiferentes: Ninguno.

Activos: “Poca antigüedad” (P1) y “Ausencia en las redes sociales” (P4).

Vista esta clasificación, se puede afirmar que los problemas más acuciantes son **P3**: “Bajo número de publicaciones” y **P5**: “Bajo número de secciones”, que están estrechamente relacionados. Aunque de menor importancia, también se ha de prestar atención a los problemas **P1**: “Poca antigüedad” y **P4**: “Ausencia en las redes sociales”. Los objetivos de este plan de comunicación intentan resolver los cuatro problemas, como se detalla en los siguientes apartados.

2. PLANIFICACIÓN

2.1. Objetivos

Según los resultados obtenidos y comentados en el anterior apartado, se proponen los siguientes objetivos para este plan de comunicación:

- **Reforzar la marca personal de Cristina Manrique.** Dado que los blogs permiten que sus autores elaboren y difundan sus propios contenidos, *Bosque de Papel* supone una oportunidad para que su autora mejore su marca personal a través de sus publicaciones.
- **Promocionar el contenido del blog a través de las redes sociales.** Teniendo en cuenta el anterior objetivo, se busca ganar visibilidad a través de dos redes sociales (Instagram y LinkedIn) y crear publicaciones relacionadas con el contenido de *Bosque de Papel* o el mundo literario en general.
- **Aumentar el tráfico del blog.** Se quiere lograr que un mayor número de lectores conozcan, visiten e interactúen con *Bosque de Papel*.

2.2. Públicos

El blog *Bosque de Papel* está dirigido a personas interesadas en la lectura y la literatura que tengan más de 15 años. No obstante, dado que se tiene el objetivo de crear una cuenta en Instagram y otra en LinkedIn, los contenidos que ofrezca cada una estarán orientados a un público determinado según su edad: en el caso de Instagram, tendrá entre 15 y 25 años; en el caso de LinkedIn, entre 25 y 40 años.

Para establecer esta clasificación por edades se ha tomado como referencia el informe de OBS *Business School* realizado el pasado año, en el cual se analizan diversos aspectos de las redes sociales afirmando, entre otras cosas, que la demografía principal de Instagram se halla en torno a los 18-34 años, mientras que la de LinkedIn se encuentra en torno a los 25-34 años (Giménez, 2024).

Según una encuesta realizada por *El País* y *Cadena SER* (2024), la mitad de los jóvenes de entre 18 y 27 años leen una o dos veces a la semana. Cabe destacar que no suelen tener inconveniente en leer libros de autores que no conozcan y prefieren las novelas fantásticas y psicológicas. Por su parte, más de la mitad de los denominados *millennials* también leen una o dos veces a la semana y muestran preferencia por la novela fantástica, además de la histórica y la de ciencia-ficción.

2.3. Mensaje

El mensaje que se expresa en las reseñas de *Bosque de Papel* varía en cada una, pero en términos generales se puede afirmar que su autora intenta transmitir el valor de la buena literatura a través del comentario crítico de los autores, argumentos, personajes y recursos estilísticos (ver Imagen 4). Este análisis riguroso continuará llevándose a cabo porque, como se ha demostrado en el apartado previo, es una de las fortalezas del blog. En definitiva, se seguirá intentando que el lector pueda conocer los aspectos positivos y negativos de las obras que se presentan, así como contrastar las opiniones de la autora con las suyas propias.

Imagen 4. Ejemplo de entrada de *Bosque de Papel*.

Reseña de La flecha negra

Por crisbosquedepapel el 14 de febrero de 2024



Ficha técnica

- **Título original:** *The Black Arrow. A Tale of the Two Roses*
- **Título en español:** *La flecha negra*
- **Autor:** Robert Louis Stevenson
- **Año de publicación:** 1883
- **Editorial:** Salvat

Sinopsis

«La obra está ambientada en la Guerra de las Dos Rosas (1453-1487). Se trata de una serie de guerras civiles entre las casas de Lancaster y York, que luchaban por el trono inglés». (Salvat)

Por su parte, las publicaciones que aparecerán en la sección “Recomendaciones” tratarán de aportar información de utilidad relacionada con el mundo literario, aunque desde un punto de vista más informativo y menos crítico que las reseñas. Aun así, al igual que estas, procurarán transmitir la importancia de la literatura de calidad.

Con respecto a los *posts* de las redes sociales, puesto que las publicaciones de Instagram estarán dedicadas al público juvenil (entre 15 y 25 años), utilizarán un lenguaje más cercano y su estética será más colorida. Su objetivo será aportar curiosidades, como es propio de una red dedicada al entretenimiento, y apelarán directamente al lector para que participe en los comentarios. En cambio, las publicaciones de LinkedIn estarán dedicadas al público adulto (entre 25 y 40 años); por ello, el lenguaje será más serio y la estética más sobria. Los mensajes que se transmitirán estarán más relacionados con la cultura literaria, ya que los usuarios de esta red valoran el contenido intelectual.

2.4. Canal

El principal canal de *Bosque de Papel* es el propio blog (<https://bosquedepapel.com/>), cuyo contenido está compuesto tanto por texto como por imágenes. Dado que la autora quiere llegar al mayor número posible de aficionados a la lectura, el lenguaje que se emplea no es excesivamente erudito, pero tampoco infantil. Las imágenes que acompañan al texto pueden resultar atractivas para cualquier persona interesada en el libro o autor sobre el que se esté tratando, ya que se pretende que vayan en consonancia con la reseña o recomendación en particular.

Por otra parte, cabe destacar que aquellas personas que están suscritas al blog reciben un correo electrónico cada vez que se publica una reseña o recomendación, con lo cual estos usuarios se benefician de un tercer canal. Puesto que el blog no realiza ninguna distinción por edad, tampoco los correos están personalizados en este sentido, ya que además la autora no recopila información acerca de la edad de sus suscriptores.

Adicionalmente, *Bosque de Papel* permite que cualquier persona pueda escribir comentarios en las reseñas y las recomendaciones, siempre y cuando se respeten las reglas de la cortesía. Asimismo, en el caso de que alguno de los lectores quisiera contactar personalmente con la autora, tendrá a su disposición un formulario en la página “Acerca de” en el que podrá escribir un mensaje al correo cristinabosquedepapel@gmail.com.

Por último, dada la preponderancia de las redes sociales en el mundo actual, junto a este canal principal que es el blog se han creado dos cuentas: https://www.instagram.com/bosquedepapel_blog/ (correspondiente a Instagram) y <https://www.linkedin.com/in/cristinamanriquebalmori/> (correspondiente a LinkedIn). Ya se ha

comentado que estos perfiles sí estarán destinados a una audiencia más reducida, en función de la que suele tener cada red: mientras que los *posts* de Instagram estarán pensados para un público joven, de entre 15 y 25 años, las publicaciones de LinkedIn se dedicarán a uno adulto, de entre 25 y 40 años.

3. EJECUCIÓN

3.1. Plan de trabajo

Siguiendo los objetivos que se han propuesto para este plan de comunicación, a continuación se detallan las acciones que se han planificado, así como su tiempo de realización.

Objetivo 1. Reforzar la marca personal de Cristina Manrique

El blog *Bosque de Papel* es el principal medio a través del cual se quiere reforzar la marca personal e intentar apelar al mayor número posible de personas, siempre que tengan más de quince años.

Dicho refuerzo se llevará a cabo a través de las siguientes acciones:

Acción 1: Crear una nueva sección (“Recomendaciones”) y publicar en ella. *Bosque de Papel* solo cuenta con la sección denominada “Libros reseñados”, que está dedicada a la crítica literaria. Aunque el formato clásico de los blogs de literatura es la reseña, algunos blogs también cuentan con otras secciones relacionadas con los libros. Así, se ha considerado relevante inaugurar un nuevo apartado en *Bosque de Papel* que sea menos crítico y más divulgativo. Entre otros temas, en él se presentarán autores que la autora considere imprescindibles, se realizarán recopilaciones de libros o se recordarán frases memorables de algunas obras.

Con el propósito de publicar con cierta constancia y periodicidad, pero sin olvidar la sección ya existente (“Libros reseñados”), se ha decidido publicar una entrada para “Recomendaciones” cada dos semanas, aproximadamente (ver el cronograma del Anexo II para más detalles).

Acción 2: Continuar publicando en la sección “Libros reseñados”. El contenido clásico de un blog literario es la reseña, pues permite que el autor exprese sus opiniones al público para que puedan servirle como guía. Por ello, no se interrumpirá la publicación en la sección “Libros reseñados”, que se considera el apartado principal de *Bosque de Papel*, complementado por “Recomendaciones”. Se elaborará un *post* para “Libros reseñados” una vez cada dos semanas, aproximadamente. Nuevamente, se remite al cronograma del Anexo II, donde se expone con detalle la planificación.

Acción 3: Ampliar el apartado “Acerca de” y añadir iconos de redes sociales. En todos los blogs, sean literarios o no, es imprescindible aportar cierta información acerca de su temática

y propósitos. *Bosque de Papel* cuenta con un apartado al respecto, pero se ha entendido que debe ser más extenso para impulsar la marca personal de la autora. Así, se ampliará para explicar más detalladamente en qué consiste el blog, se aportarán enlaces a las dos redes sociales de *Bosque de Papel* y se añadirá un formulario de contacto.

Objetivo 2. Aumentar el tráfico del blog.

Este objetivo implica llegar a más personas y, por tanto, lograr que un número mayor de aficionados por la lectura visiten el blog y vean reforzada dicha afición. Las dos primeras acciones que se han mencionado en el epígrafe anterior también pueden aplicarse a este objetivo, pero existe otra:

Acción 4: Crear una cuenta en Instagram y en LinkedIn para redirigir el tráfico que reciban al blog. Para aprovechar el gran potencial que poseen las redes sociales en la actualidad, se ha querido crear un perfil tanto en Instagram como en LinkedIn. Como ya se ha indicado, cada uno de los perfiles está pensado para un público diferente, pero el objetivo de redirigir el tráfico se aplica a todos los usuarios mayores de quince años. En el caso de Instagram, en todas las publicaciones se añade la frase “*Link*¹ en bio” para que el usuario acceda al enlace del blog que aparece en la biografía; en el caso de LinkedIn, el enlace de la reseña o recomendación se añade al final de la publicación, ya que esta red sí permite incluir *links* de esta manera. Los perfiles se abrirán en febrero y se dotarán de contenido, siguiendo la misma periodicidad que las secciones del blog.

Objetivo 3. Mejorar la comunicación entre *Bosque de Papel* y el público.

La autora de *Bosque de Papel* cree en la importancia de facilitar la comunicación a todos sus lectores, pero es consciente de que la manera de comunicarse puede variar según la edad de las personas. Por ello, se ha propuesto llevar a cabo diversas acciones en función del público al que se dirija.

Acción 5: Creación de un formulario de contacto en la sección “Acerca de”. La creación de un formulario permitirá que cualquier persona pueda contactar con la autora del blog a través

¹ En este trabajo se escribe *link* en cursiva porque así lo prescriben las normas lingüísticas (Real Academia Española [RAE], 2007), pero ni Instagram ni LinkedIn permiten escribir en cursiva. De ahí que todas las palabras que aparecen en las publicaciones que la autora ha elaborado en ambas redes estén en redonda.

del correo electrónico. Al igual que *Bosque de Papel*, dicho formulario podrá ser utilizado por todas las personas que tengan más de quince años.

Acción 6: Publicación regular en Instagram. Esta segunda acción sí está dirigida a un público más restringido: dada la naturaleza de la propia red social, las publicaciones que aparecen en ella están pensadas para personas de entre 15 y 25 años. Una vez creada la cuenta de Instagram, se procederá a elaborar *posts* que resuman el contenido de las reseñas y recomendaciones del blog y, en ocasiones, aporten alguna curiosidad o apelen directamente a los usuarios para que escriban en los comentarios, ya que de esta manera se reforzaría la comunicación con la autora, a la que también se podrá escribir mediante mensaje privado. Se prevé empezar a dotar de contenido la cuenta en el mes de febrero, durante el cual se elaborarán *posts* relativos a las reseñas que ya existían. Posteriormente, se crearán publicaciones relacionadas directamente con las que vayan apareciendo en el blog.

Acción 7: Publicación regular en LinkedIn. Al igual que ocurría con la anterior acción, se crearán contenidos para una red social, solo que en este caso se trata de LinkedIn y el público objetivo será mayor (de 25 a 40 años). En cualquier caso, el procedimiento que se seguirá es muy parecido: cada vez que se publique una nueva reseña o recomendación en el blog, se trasladará a la cuenta de LinkedIn de forma resumida, ofreciendo una información más intelectual que en el perfil de Instagram. Como ya se comentó, los usuarios de esta red también tendrán la posibilidad de escribir un comentario a la autora o enviarle un mensaje privado, siempre y cuando sean contactos suyos o utilicen LinkedIn Premium Business. De la misma manera que en la acción previa, en febrero se elaborarán *posts* que remitan a las reseñas ya existentes, mientras que en los meses siguientes se publicarán contenidos relativos a las entradas que aparezcan paulatinamente en *Bosque de Papel*.

4. EVALUACIÓN

Con el propósito de analizar los resultados de las diversas acciones llevadas a cabo, se detallan el procedimiento y las herramientas empleadas.

4.1. Evaluación del blog

Propuesta 1: Análisis del tráfico del blog. Se empleará la herramienta Estadísticas de Wordpress para estudiar con profundidad el tráfico generado entre los meses de febrero y mayo, durante los cuales se estima publicar los contenidos. Uno de los datos más relevantes que obtendremos es el número de personas que visitarán el blog, ya que nos permitirá comprobar si la nueva sección (“Recomendaciones”) logrará alcanzar el mismo éxito que la ya existente (“Libros reseñados”). Asimismo, resultará de interés averiguar qué publicaciones concretas han resultado más atractivas y cuántos comentarios o *me gusta* ha recibido cada una.

Propuesta 2: Análisis de redirección del tráfico desde las redes sociales al blog. También se considera relevante estudiar si las publicaciones de las redes sociales redirigirán al público hacia el blog *Bosque de Papel*. Nuevamente, se empleará la herramienta Estadísticas de Wordpress, así como las herramientas de análisis de las propias redes sociales.

Propuesta 3: Encuesta a los seguidores sobre sus preferencias. Para conocer las preferencias literarias de los seguidores de *Bosque de Papel*, se propone elaborar una encuesta que podría enviarse a través del correo electrónico de los suscriptores del blog y cumplimentarse mediante Google Forms.

4.2. Evaluación de las redes sociales

Propuesta 4: Análisis del tráfico de Instagram. Al igual que en el caso del blog, se considera importante estudiar el tráfico que generen las publicaciones elaboradas en Instagram durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo. Se empleará para tal fin la herramienta *Insights* de Instagram, que presenta el número de visualizaciones de cada publicación y las interacciones generadas.

Propuesta 5: Análisis del tráfico de LinkedIn. También se llevará a cabo un estudio del tráfico generado en LinkedIn a partir de las publicaciones. En este caso, la herramienta que se utilizará será *Análisis*, ofrecida por el propio LinkedIn, pues permite ver el número de

impresiones, *me gusta* y comentarios que ha recibido cada publicación, así como las veces que se ha compartido.

Propuesta 6: Grabación de un vídeo para los seguidores. Finalmente, se propone elaborar un vídeo tanto para Instagram como para LinkedIn donde se pregunte a los seguidores qué aspectos les resultan más atractivos de ambas cuentas y cuáles mejorarían. Dicho vídeo se elaboraría mediante la cámara del móvil y se editaría a través de la herramienta VN.

5. REFERENCIAS

- El País y Cadena SER (2024). *Radiografía de la lectura en el siglo XXI*.
https://ep00.epimg.net/infografias/encuestas40db/2024/11-lectura/05_Informe_noviembre_2024_lectura.pdf
- Font, C. (2024). *Cómo escribir sobre una lectura*. Alba.
- Giménez, S. (2024). *Evolución del mercado de redes sociales: adquisiciones, fusiones y el impacto económico de la inversión publicitaria*. OBS Business School.
<https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/OBS%20Informe%20-%20RRSS%20Grupos%20Empresariales.pdf>
- Real Academia Española [RAE]. (30 de junio de 2007). Link. <https://www.rae.es/dpd/link>
- Valdiviezo, A. O. y Vergara, S. B. (2024). *El marketing digital en el posicionamiento de marca en LinkedIn: Estudio de caso de la empresa Alpa, Lurín* [Tesis, Universidad Autónoma del Perú].
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/AUTO_456b6d085327251d0ab5adeecac3556f/Details

ANEXOS

Anexo I. Tabla comparativa de la competencia de *Bosque de Papel*.

Nombre	Autor	Temática	Canal	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades / Amenazas
<i>Anika entre libros</i>	Colectivo	Literatura, arte	Blog, Instagram, YouTube, Facebook, X	Antigüedad, rigor, variedad	Clasificación	Diseño, búsqueda
<i>La Pecera de Raquel</i>	Individual	Literatura	Blog, Instagram, YouTube, Facebook, X, Goodreads	Contenido audiovisual	Contenido escrito	Contenido escrito, clasificación
<i>Letras parlanchinas</i>	Individual	Literatura, cine, arte	Blog	Rigor, diseño, variedad	Mayor variedad	Extensión

<i>Leer es vivir dos veces</i>	Individual	Literatura	Blog, Instagram, Facebook	Rigor	Más redes sociales	Clasificación
<i>El Quinto Libro</i>	Colectivo	Literatura	Blog, Instagram, Youtube, Facebook, X	Diseño, variedad, reconocimientos	Mayor variedad	Diseño
<i>El mundo entre letras</i>	Individual	Literatura, reflexiones	Blog, Instagram, Facebook	Variedad	Más fotografías	Diseño, extensión
<i>Marea Literaria</i>	Individual	Literatura	Blog, Instagram, YouTube	Diseño, originalidad	Más secciones	Diseño, clasificación
<i>El primer capítulo</i>	Colectivo	Literatura	Blog, Instagram	Variedad, originalidad	Más secciones	Búsqueda
<i>Escaparate Literario</i>	Colectivo	Literatura	Blog, Instagram, YouTube, Facebook	Clasificación	Clasificación	Descuido

<i>Château of Books</i>	Individual	Literatura	Blog, Instagram, Facebook, X, Goodreads, Pinterest, TikTok	Diseño, bilingüismo	Bilingüismo	Clasificación
-------------------------	------------	------------	--	------------------------	-------------	---------------

Anexo II. Cronograma

Semana	Reseña	Recomendación	Exclusivo redes
10-16 de febrero			-Bienvenida a Instagram -Donde los árboles cantan -Desconocidos -La flecha negra -Rimas
17-23 de febrero			-Mansfield Park -Todas las hadas del reino -Todos los hombres del rey -Persuasión -Anuncio de la saga Harry Potter -Harry Potter y la Piedra Filosofal -Harry Potter y la Cámara Secreta

24 de febrero - 2 de marzo			<i>-Harry Potter y el Prisionero de Azkaban</i> <i>-Harry Potter y el Cáliz de Fuego</i> <i>-Harry Potter y la Orden del Fénix</i>
3-9 de marzo	<i>-Harry Potter y el Príncipe Mestizo</i> <i>-Harry Potter y las Reliquias de la Muerte</i>	Jane Austen, Tonke Dragt y Laura Gallego	Tiendas con temática de <i>Harry Potter</i>
10-16 de marzo			Novedades de primavera
17-23 de marzo			Próximamente en <i>Bosque de Papel</i>
24-30 de marzo	<i>Edenbrooke</i>		
31 de marzo - 6 de abril		Recomendaciones para la primavera	

7-13 de abril	<i>El castillo del lago</i>		
14-20 de abril		Curiosidades sobre las novelas de Jane Austen	
21-27 de abril	<i>Poemas de amor</i>		Día del Libro
28 de abril – 4 de mayo		Tres sagas de fantasía que no te puedes perder	
5-11 de mayo	<i>Don Juan Tenorio</i>		La casa de Jane Austen
12-18 de mayo		Grandes frases de novelas	Planes literarios en Madrid
19-25 de mayo	<i>Leyendas y Narraciones</i>		
26-31 de mayo		Autores del Romanticismo español	Entradas con más de 1000 visitas