VALE MÁS DE LO QUE CUESTA, ESO POR DESCONTADO

Como Hacer un Buen Blog con ActualidadyDeporte Punto Com

La Guía Definitiva Para Que Tus Esfuerzos No Sean En Vano

Sergio Ramírez (AKA Minipimer AKA SrDelGaS)

Navidad 09/10

Garantizado, si no le gusta le devolvemos el dinero, y las devoluciones se pueden realizar de por vida, porque a fin de cuentas, este documento es gratuito

INTRODUCCIÓN **4**

LICENCIA **4**

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN **5**

¿QUÉ ES UN BLOG? 5
¿POR QUÉ ABRIR UN BLOG? 6
ABRE UN BLOG, PERO HAZLO YA 7

CAPÍTULO 2: ASPECTOS TÉCNICOS DEL BLOG **8**

ASPECTOS TÉCNICOS DE UN BLOG 8

CAPÍTULO 3: ¿DÓNDE?, ¿CÓMO? **10**

¿DÓNDE ABRO MI BLOG? 10
TRES RAZONES PARA TENER TU PROPIO DOMINIO EN INTERNET 11
10 RAZONES PARA USAR WORDPRESS 12
RAZONES PARA TENER UN ALOJAMIENTO PRIVADO 13

CAPÍTULO 4: CONTENIDO **14**

ESTE BLOG USA DOFOLLOW EN LOS COMENTARIOS 14
CINCO CONSEJOS PARA EL BLOGGER NOVATO 14
10 ERRORES QUE TODO BLOGGER DEBE EVITAR 16
LOS 7 HÁBITOS CLAVES DE TODO BLOGGER DE ÉXITO 18
COMO MANEJAR LOS COMENTARIOS NEGATIVOS 19
LONGITUD Y FRECUENCIA DE LAS ENTRADAS DE TU BLOG 21
5 COSAS QUE HACER CUANDO NO TIENES IDEAS DE SOBRE QUÉ BLOGUEAR 22
VIGILA TU ORTOGRAFÍA Y TU COHERENCIA 23
CONTENIDO ORIGINAL 24
CATEGORÍAS, ETIQUETAS Y PALABRAS CLAVE 25

CAPÍTULO 5: DISEÑO **27**

PLUGINS QUE DEBES TENER EN WORDPRESS 27
INTRODUCCIÓN AL DISEÑO 29
CÓMO ELEGIR Y CÓMO ACTIVAR TU THEME DE WORDPRESS 30
TÍTULO, LOGO Y COLORES DE TU BLOG 31
5 CONSEJOS GENERALES SOBRE EL DISEÑO DE TU BLOG 32
QUÉ ES EL SIDEBAR Y PARA QUÉ SIRVE 33
HOMOGENEIDAD DE LA ENTRADA 35
LA IMPORTANCIA DE LAS URL'S AMIGABLES 36
DOMINIO CON O SIN "WWW" 38
QUÉ ES UN FEED RSS 38

CAPÍTULO 6: ¿QUÉ ES EL NICHO DE UN BLOG? **40**

¿QUÉ ES EL NICHO DE UN BLOG? 40
PREMIA COMENTAR Y PARTICIPAR 41

ENLAZA TUS FUENTES 42
TU BLOGROLL 43
RELACIÓNATE CON OTROS BLOGGERS 44
CONSEJOS PARA PROMOCIONARTE 45

CAPÍTULO 7: OPTIMIZACIÓN PARA GOOGLE 46

¿POR QUÉ OPTIMIZAR TU BLOG PARA GOOGLE? 46
PINCELADAS DE SEO 47

CAPÍTULO 8: ¿POR QUÉ RENTABILIZAR TU BLOG? 48

¿POR QUÉ RENTABILIZAR TU BLOG? 48

CAPÍTULO 9: DISTINTAS FORMAS DE RENTABILIZAR TU BLOG 49

DISTINTAS FORMAS DE RENTABILIZAR TU BLOG: LOS CPC 49
DISTINTAS FORMAS DE RENTABILIZAR TU BLOG: VENTA DE ENLACES 50
LAS DISTINTAS FORMAS DE RENTABILIZAR TU BLOG: REFERIDOS 51
DISTINTAS FORMAS DE RENTABILIZAR TU BLOG: VENTA DIRECTA 52
LA VÍA DEFINITIVA PARA RENTABILIZAR TU BLOG 53

CAPÍTULO 10: CONCLUSIÓN Y DESPEDIDA 54

HASTA AQUÍ HEMOS LLEGADO 54
UN POQUITO SOBRE MÍ 54
PRÓXIMOS PROYECTOS 56

Introducción

La primera pregunta que te estarás haciendo seguramente sea **¿esto qué es?**, pues bien, lo que tienes entre manos, o entre la pantalla, según se mire, es un bonito "libro" electrónico (quizá libro sería demasiado decir, sería más bien **un manual**) el cual tiene como principal objetivo **ayudarte** en la labor de crear un **blog de calidad**, porque sólo un blog de calidad puede ser un blog de éxito.

Este manual viene por una tendencia a la par ilusionante y preocupante, últimamente, el fenómeno de los blogs está tomando cada vez más carrerilla (esta es la parte ilusionante), pero, por otro lado, mucha gente está haciendo las **cosas mal**, debido a que no conoce mucho de este peculiar mundillo que, aunque es **sencillo** en su fundamento, quizá por lo especialito que es se torna a veces **un poco complicado**.

Por eso, y por el hartazgo de **ver blogs** y más blogs realmente **terribles** en cuanto a su fundamentación **surge este** bonito **manual** que he horneado con todo mi amor.

Este manual no es otra cosa que una **recopilación** de una serie de **artículos** creados para tal fin en Actualidad y Deporte, mi blog de última creación, por eso, cada pequeño capítulo tiene un enlace directo hacia mi blog, esto tiene un doble y malvado fin, el primero es **conseguir un feedback** en condiciones; me explico: la principal gracia de los blogs es que los lectores pueden dejar comentarios, estos comentarios y, con estos comentarios, se puede crear un debate importante, para mejorar la información que tiene este blog.

Así que, si te surge cualquier duda, o tienes cualquier cosa que decir según lees este manual, te insto fervientemente a que **pinches en el título del capítulo**, y te llevará directamente a la entrada del blog donde puedes **poner tu comentario**, que **será respondido**, eso te lo aseguro.

Por otra parte, al poner llamamientos hacia el blog, **espero conseguir alguna visita** extra, a fin de cuentas, son **más de 50 páginas** de mi puño y letra, y todo el que se haya puesto a escribir alguna vez, sabrá lo duro que es eso de ponerte delante de una página en blanco.

Licencia

Ya para terminar esta introducción, que sé que lo que quieres es empezar a leer los **consejos y buenas prácticas**, quería decirte que este manual tiene una licencia de **Creative Commons**, como todo el blog, ya que es parte de él, la cual permite copiar, distribuir y comunicar la obra, pero sin cambiar absolutamente nada del contenido, citando siempre la fuente (con que pongas un enlace hacia Actualidad y Deporte, del tipo http://actualidadydeporte.com será suficiente) y, por supuesto, sin tener un fin comercial, ya que este manual se distribuye de forma totalmente gratuita

Dicho esto, es hora de empezar, así que siéntate y disfruta.

Capítulo 1: Introducción

¿Qué es un blog?

Comienzo la serie sobre cómo hacer un buen blog, con la eterna pregunta, ya que me gusta empezar por el principio.

Y bien, **¿qué es un blog?**

Hay mucha gente dando **definiciones cerradas**, que básicamente tratan de describir la manera en la que ellos hacen las cosas y poco más, pero quiero ir **un poco más allá**.

Un blog, no **es** más que **un medio más** para transmitir algo, un medio específico, eso sí, pero un medio al fin y al cabo, y, como tal, **lo importante es el contenido**.

Un blog, técnicamente hablando, no es más que un Gestor de Contenido, de aquí se extrae que lo más importante sea esto último, el contenido, ese gran olvidado.

Para muestra, hay blogs de todo tipo, los hay feos, bonitos, monotemáticos, personales, los hay de deportes, tecnología, fotografía, los hay que sólo cuelgan vídeos, o fotos; los hay ordenados, y otros que cumplen con creces la Teoría del Caos.

Y, ¿qué hace que **un blog sea especial**?, pues ni más ni menos que tú, **tú mismo**, lo que tu escribes. No nos engañemos, la gente no sigue un blog, sigue a los **bloggers** que hay detrás de ellos, es decir, te sigue a ti, me sigue a mí, o al de más allá.

Bueno, ¿he respondido a la pregunta?, en resumen, un blog es un medio para transmitir, así que: ¡transmite!, ¿sobre qué?, pues está claro, sobre algo que de verdad te apasione, aunque esta es una cuestión que abordaremos más adelante, en próximas entregas, por lo menos ya sabemos que lo importante no es qué es un blog, si no lo que hacemos con él.

¿Por qué abrir un blog?

Ayer abordábamos la pregunta de qué es un blog, hoy, la segunda pregunta de la introducción, y otro problema de base **¿por qué abrir un blog?**

La respuesta clara, concisa, directa, y, en definitiva, la primera respuesta de todas: **¡porque te apetece!**, simplemente, porque te llama la atención, quieres probar como funciona para sacar tus propias conclusiones y **no fiarte de terceros**, que, normalmente, se equivocan.

Quien te coma la oreja con cantos de sirena, poco tiene de cierto, en realidad, si abres esto exclusivamente por dinero, te diré que **el 99% de los blogs** no hacen, y **nunca harán, más de 100 €** al mes, y ojo, tener un blog da **mucho trabajo**, casi se podría decir que dejas un cachito de vida pegada a una base de datos, así pues, lo primero que te tienes que preguntar a la hora de abrir un blog es: **¿haría esto gratis?**, si la respuesta es sí, adelante.

Una vez dicho esto, hay otras **causas**, pero son secundarias, entre ellas, **conocer** a otros bloggers, **relacionarte** con otros de tu nicho, **expresar** tus opiniones, y, por supuesto, **aumentar tu ego** a base de visitas y comentarios (así que ya sabes, comenta, y me harás feliz 😀) y bueno, si se puede, sacar algo de dinero, pero esto, como cuestión más de fondo.

Dicho esto, si tienes interés por abrir un blog, no te lo pienses, **corre a hacerlo**, pero eso sí, con una **serie de objetivos**, pero, ¿qué es un objetivo?, muy sencillo, un objetivo es un sueño con **un tiempo para cumplirlo**, ni más ni menos.

El tiempo, en esta ecuación, es muy, muy importante, ya que **nos sirve como aliciente** para obligarnos a hacer algo que estamos deseando, y ese es el cambio de actitud que quiero que experimentes, que pases del "bueno, algún día me gustaría empezar con un blog" a "ahora mismo voy a empezar con ello", y te pongas manos a la obra, porque, **si no te gusta, ¡siempre puedes dejarlo!** y no hubieras perdido nada, ten en cuenta, que normalmente, cada **éxito** viene acompañado de una **serie finita de fracasos**, para ir aprendiendo poco a poco.

Así pues, en resumen: si quieres abrir un blog, ¡hazlo ya!, eso sí, si lo haces, que no sea exclusivamente por dinero, ya que, si es así, ya desde aquí te digo que fracasarás inexorablemente (la vida es dura, chico).

Abre un blog, pero hazlo ya

Ya respondimos qué es un blog**,** y por qué abrir uno, ahora nos toca, para finalizar, la conclusión a esta introducción.

Aprendimos que **este mundillo no es nada fácil**, porque se rige por una serie de reglas que no estamos acostumbrados, y porque, como todos sabemos, hacerse hueco en algo nuevo, partiendo de cero, siempre es complicado.

Pero **las satisfacciones son muchas**, yo personalmente, he conocido a mucha gente por este medio, algunos incluso han llegado a ser (y siguen siendo) amigos míos, además de entablar un nuevo tipo de relación sobre lo que más me gusta, aprendiendo cada día y **enfrentándome a retos** continuamente, y, qué queréis que os diga, es algo que me encanta.

Pero, como estás empezando, te voy a dar un par de consejos, una vez más:

Si quieres hacer algo, **ve a por ello**, piensa y estudia tu caso (en próximas entregas veremos cómo se puede hacer) y ve a por ello, no esperes a mañana, porque mañana, pensarás en el día siguiente, y al final nunca lo harás, y esto es lo que distingue a la gente decidida, que cree en sí misma, de la que no.

Ponte objetivos, ponte un tiempo para cada tarea, y, lo más importante, ¡conclúyela!, llévala hasta el final.

Y, ¿qué pasa si fallas?, recordarte que el camino del éxito está plagado de errores, y, lo importante no es que te caigas 8 veces, es que te levantes 9, que lo importante no es el fallo, si no aprender a subsanarlo y extraer las cosas positivas de cada acción (porque todo suceso tiene algo de positivo) y, por supuesto, ver si en realidad es algo que te gusta, o simplemente una moda pasajera.

Así pues, ya sabes, ve a por ello, es la única forma de conseguirlo.

Capítulo 2: Aspectos técnicos del blog

Aspectos técnicos de un blog

Hoy ya nos metemos un poquito en materia, vamos a hablar de aspectos técnicos de un blog, pero ojo, no os asustéis, ya que va a ser todo muy **divulgativo**, en esta entrada no habrá **ni una sola línea de código**.

Técnicamente, **un blog se divide** normalmente **en cuatro** partes, aunque la única imprescindible es el cuerpo, suele venir acompañado de la cabecera, el footer (pie) y el sidebar (barra lateral), comencemos de arriba a abajo, como manda Chuck Norris.

- Normalmente, lo de más arriba es el **Header, o la Cabecera**, normalmente contiene el **título** y la **descripción** del blog, y es un arma importante para captar visitantes nuevos, ya que **es lo primero** que **la gente ve**.

Hay una infinidad de formas de usar la cabecera, aunque lo normal es que se ponga un **logo**, una imagen, o directamente (como ocurre en este blog) se ponga el **nombre** y la **descripción** en letra sobre un fondo.

Hay mucha gente que pone **publicidad en la cabecera**, pero, qué queréis que os diga, a mi me resulta **bastante molesta**, y da un aspecto de no estar integrada en el contenido del blog, con lo cual, yo soy más partidario de dejarla libre de molestias, haciendo que mis visitantes **se fijen en el contenido**, aunque lo divertido de esto es, como siempre, experimentar.

- Más abajo está el **cuerpo del blog**, lo "realmente importante", ya que **es tu contenido**, ni más, ni menos, dentro del cuerpo **están** metidos **todos los post** (entradas) **y las pages** (páginas) que, aunque sean muy parecidas (y en el fondo, son idénticas) tienen algo de particular.

Un **post** se escribe, queda el primero en portada, y **va bajando** hasta perderse en el archivo, mientras **una página**, **no aparece en portada** (al menos es lo más normal) pero **siempre tiene un enlace en la misma**, si te fijas en este blog, hay 4 páginas dentro de la portada, y, mientras los post bajan sin parar, las páginas se mantienen.

Las **páginas** se suelen utilizar **para tener información útil a man**o, como Formularios de Contacto, o publicidad específica, como referidos, mientras los **post es lo que es escribimos a diario**.

- **A los lados** del cuerpo suelen estar las **sidebar** (barras laterales), su número es variable, hay blogs que no tienen ninguna, aunque es raro, y otros que tienen hasta cuatro, incluso, aunque **lo normal es que haya entre una y dos**, para no marear demasiado al personal.

En las barras laterales normalmente **se ponen utilidades** y publicidad de nuevo, y es uno de los puntos que **puede diferenciar tu blog** de los millones que hay, actualmente, **Wordpress tiene un montón de plugins** (algo así como "extensiones") que a su vez dan widgets (es físicamente la función, en forma de "botón" que podemos colocar fácilmente en nuestra barra lateral) para darnos distintas utilidades, tales como mostrar los últimos comentarios, los comentaristas más aguerridos o enlaces a otros blogs.

Es **importante la colocación** así como la **orientación** de las sidebar, yo normalmente uso una, y suelo concentrar en la parte alta los widgets que tengan que ver con el visitante (encuestas, post más vistos, últimos comentarios) dejando para la parte baja las categorías, las páginas y los enlaces externos, aunque, como en la cabecera, ¡experimenta!

- Por último está **el footer**, o pie de página, que **tenemos que poner en contexto**, ya que es una herramienta un poco olvidada, y, como verás, yo uso bastante poco.

El footer es algo que **probablemente tus visitantes diarios no se den mucha cuenta**, porque, a fin de cuentas, se quedará debajo del todo en la portada, pero probablemente tenga una **relevancia mayor para tus visitas a través de Google**, ya que, si leen el post al entrar, seguramente vean que, más abajo, hay cosas colgadas.

Por esto es interesante poner widgets en el footer orientadas a los visitantes que entran vía Google, o, como es mi caso, poner un banner de publicidad.

Por hoy es suficiente, ya van casi, casi 700 palabras, mañana volveremos a la carga con más.

Capítulo 3: ¿Dónde?, ¿cómo?

¿Dónde abro mi blog?

Otra de las primeras preguntas cuando te pones a montar un blog, piensas sobre el diseño, el contenido, los temas que te gustan, pero luego, siempre asalta la misma duda, **¿dónde monto mi blog?**

Uno se pone a buscar en Google y la información es infinita, bueno, mejor dicho, ¡ojalá sólo fuera infinita!, así que, voy a intentar sintetizar un poquito.

Primero, vamos a **diferenciar** entre dos conceptos, **el dominio** (del que hablaremos en próximas entregas) y **el alojamiento**.

El **alojamiento** es donde **están físicamente los archivos** que, montados, son tu blog, y claro, están en un servidor, que no es más que un ordenador con un Sistema Operativo montado para ello, conectado a Internet permanentemente.

Otra cosa es **tu dominio**, que no es más que **una dirección de Internet que apunta al servidor del alojamiento**, donde están tus archivos, es decir, tan sólo es una dirección que apunta a un ordenador.

Dicho esto, comencemos con el alojamiento, para responder a la pregunta, **¿dónde?**

Básicamente hay dos tipos de alojamiento, el gratuito, y el de pago.

El gratuito lo dan empresas como Wordpress, Blogger o Tumblr, **no son malos**, y, si no me falla la memoria, en los tres, que son los más importantes de la actualidad, te permiten tener un dominio propio apuntando a ese alojamiento.

Luego están los alojamientos **de pago**, que los hay de todos los modos y maneras, **los hay geniales**, y otros tan, tan **malos**, que los que los sufren se cambian a alojamientos gratuitos, con lo cual, es muy importante saber acertar.

Mi experiencia en esto no es muy dilatada (sólo he estado con dos compañías) pero suficiente como para haber tenido una de cal y una de arena.

Comencé mi andadura con una empresa llamada dominioslowcost, que la cagó bastante en un determinado momento, haciendo que el otro blog en el que participo, Es Algo Personal, estuviera dando bandazos durante 2 meses, pasando mucho tiempo offline y haciendo perder el poco posicionamiento del que gozaba.

Luego sin embargo, cambiamos a una empresa estadounidense, **HostGator**, que recomiendo al 100%, siempre que sepas inglés, su servicio técnico es exquisito y sus prestaciones también.

Y bueno, ahora la conclusión**: el camino** lógico sería, para **comenzar**, usa un **alojamiento gratuito**, y, si ves que te gusta, luego siempre puedes migrar tu contenido a un alojamiento de pago, sin perder tu valiosa información.

Tres razones para tener tu propio dominio en Internet

Si bien es cierto que se puede empezar con un blog de la nada con servicios como Blogger, Wordpress o Tumblr, siempre es muy recomendable tener **tu propio dominio**, por muchos motivos.

El primero es que **a Google le importa mucho la estabilidad del dominio**, y esto quiere decir que, cuantos **más años de existencia** tenga el dominio**, más relevancia** tendrá en buscadores**.** Simplemente por eso, **merece la pena** pagar los 10$ que cuesta un dominio.com, o un .es, o la extensión que más te guste, porque no ganas nada si después de un tiempo con un dominio gratuito te decides comprar el propio, todo será tiempo perdido en este caso.

Además, no nos engañemos, un dominio propio **te hace parecer más profesional**, hace que los buscadores te tengan más en cuenta, sí, pero, sobre todo, hace que las **personas que te leen te tengan más en cuenta**, además, es más **fácil de recordar**, porque su extensión es bastante menor.

Por si esto fuera poco, por muchas visitas que tengas, **si no tienes dominio propio,** la mayoría de **empresas que gestionan publicidad** de una u otra manera en un blog (de esto hablaremos más adelante) **directamente no te incluirán como socio.**

Estas son las tres razones principales para tener un dominio propio, mañana, discutiremos acerca de las ventajas y desventajas de tener un alojamiento también propio.

10 razones para usar Wordpress

Gestores de contenido hay muchos, aunque hoy por hoy **los más populares son Wordpress, Blogger y Tumblr,** también hay otros como Joomla! y muchos más.

A priori, **todos son igual de buenos**, todos tienen ventajas y todos desventajas, pero entonces, ¿**por qué elegir Wordpress?**, he aquí un bonito decálogo:

1. **Porque es el más extendido de todos los Gestores de Contenido**, esto quiere decir que tienes más posibilidades de que una utilidad externa (una campaña de publicidad, por ejemplo) esté optimizada para él, mediante un plugin, por ejemplo, haciendo que tus implementaciones sean mucho más sencillas.

2. **Porque es configurable al máximo**, actualmente, cuenta con algo más de 6.800 plugins en su base de datos, además de muchísimos más repartidos por Internet, lo que hace que puedas usar este Gestor de Contenidos para casi cualquier cosa.

3. Además de configurable por plugins, **hay miles y miles de themes gratuitos, y otros miles y miles de themes de pago**, que será, para profanos, la plantilla de tu blog (lo que se ve, vamos), aún así**,** si no te gusta ninguno de estos miles y miles, siempre puedes crear tu el tuyo propio**.**

4. Una de las grandes pegas hasta ahora había sido la gestión y subida de los plugins, pero, desde hace unos meses, **Wordpress tiene la opción de actualizarse,** descargar plugins, subir themes, y hacer de todo **directamente on-line,** "al vuelo", sin tener que rebanarte los sesos pegándote con el ftp.

5. **Puedes cambiar el aspecto de tu blog,** añadiendo widgets y demás**, con un sólo click.**

6. **Puedes cambiar y crear categorías,** etiquetas, también **con un sólo click.**

7. El **panel de administración es impresionante**, está todo colocado por pestañas, lo que le permite una movilidad muy buena, además, también es totalmente configurable en espacio y elementos**.**

8. **Si quieres tener un foro en tu blog, siempre puedes usar BBPress**, que es de la misma casa que Wordpress y se implementan a la perfección, pudiendo incluso migrar usuarios**.**

9. Además, no nos engañemos, su **diseño** por dentro, del panel de administración y demás, **es bonito**, que siempre es de agradecer.

10 y fundamental. **Es el que se usa para crear este blog, ¡toda una garantía!**

Razones para tener un alojamiento privado

Otro eterno debate, ya vimos como se saldó el capítulo sobre tener un dominio privado, pero ahora viene el alojamiento.

La gran ventaja del **alojamiento gratuito** es que, evidentemente, no tienes que poner **ningún dinero** de tu bolsillo, pero poco más, ya que, si el servicio cae, no puedes hacer nada, y, la mayoría de las veces, tienen capadas muchas de las opciones, luego, ¿cuáles son las **ventajas del alojamiento privado**?.

1. Puedes hacer **copias de seguridad** de una forma rápida y sencilla, luego, si ocurre algo con tu blog (lo hackean, el servicio se cae, quieres cambiar una opción y la cagas con la base de datos, o simplemente, alguien decide borrarlo, conozco casos en Blogger sobre todo) siempre puedes tener una copia de respaldo.

Tumblr te permite hacerlas, Wordpress y Blogger en sus servicios gratuitos, no.

2. Tienes todas las **opciones** del mundo, mientras que, en un alojamiento gratuito, la mayoría están capadas. Cuando digo todas las opciones, son TODAS, puedes cambiar de Gestor de Contenidos, cambiar la plantilla, incluso poner una de pago, los plugins y widgets que quieras, montar un foro, un chat, un site paralelo en la misma dirección… mientras, con un alojamiento gratuito, está claro que no se puede.

3. Normalmente, si eliges bien la empresa que te lo aloja, puedes tener **muchas** más ventajas **de las que no se ven**, pero se sienten, como **pings** en Google, Technorati, Alexa más rápidos, **mejor indexación**, etc.

Estas son las tres razones principales por tener un alojamiento de pago, pero, ¿qué **inconvenientes** tiene?, bueno, pues **su precio**, aunque no es elevado, el más económico que de verdad te permita hacer cosas en condiciones puede salir por unos **80€/año**, que, como digo, no es mucho dinero, pero es lo justo como para pensárselo.

Así pues, la conclusión, me reafirmo en lo expuesto anteriormente, si estás empezando, compra un dominio, pero no alquiles un alojamiento, si la cosa te gusta y/o funciona, lánzate a por ello.

Capítulo 4: Contenido

Este blog usa DoFollow en los comentarios

La inmensa mayoría de los blogs usan por definición la etiqueta **"No Follow"** en sus comentarios, eso significa que, aunque te dejen poner **el enlace** de tu blog en los comentarios**, para Google** ese enlace **no existirá**, y no repercutirá en tu Page Rank, porque no será considerado un enlace entrante, así de simple.

Pero me complace anunciaros que **este blog ha quitado esa etiqueta**, reemplazándola por la etiqueta "Do Follow", que básicamente es su contrario, ergo, por **cada comentario** que se publique en este blog, tendréis un bonito **enlace entrante** en el vuestro, con lo cual, ayudaré a que subas tu Page Rank.

Y esto, ¿**por qué** lo hago?, pues muy sencillo, es parte de mi Plan Maléfico Para Dominar el Mundo™, así te tendré atento a mis entradas, **haré que las leas**, y te intereses por ellas, porque lo que yo persigo con este blog no es que mi Page Rank suba como la espuma (al menos, por ahora), si no que **fomento la participación**, la crítica, constructiva o destructiva, en definitiva, la conversación, y con esto lo único que hago es incentivarla.

Por supuesto, los **comentarios están sujetos a moderación**, esto quiere decir, que no se publicarán los comentarios que sean considerados spam, así pues, cúrratelo y deja un comentario bonito, que venga a cuento, y que sea interesante, piensa que, cuanto más ocurrente seas, más posibilidades hay de que otro lector pinche el enlace que va hacia tu blog, y tengas un seguidor más.

Cinco consejos para el blogger novato

Al empezar todo es cuesta arriba, y, muchas veces, cuando empezamos en un mundillo nuevo, todos necesitamos algún **consejo**, aquí te doy los míos:

1. Escribe sobre algo que te apasione: la pregunta que te tienes que hacer a la hora de elegir tu tema (o tus temas) de escritura es: **¿haría esto gratis?**, si la respuesta es afirmativa, adelante, y a toda máquina. Si no lo es, mejor cambia tu idea, tus temas, en definitiva, reorganiza todo.

Los comienzos son duros, y la mayoría (99%) de los blogs no harán más de 100€ al mes nunca, así pues, tómatelo como un hobbie, y, para eso, de verdad te debe apasionar el tema de tu escritura.

Si cumples este primer punto, la mitad del camino ya estará recorrido.

2. Consigue tu propio dominio: sobre esto ya dediqué una entrada entera (puedes verla aquí), pero vamos, así en resumido, te hará hace parecer más profesional, muchas empresas de publicidad no te aceptarán en sus programas si no tienes un dominio propio, y, además, un dominio propio es muchísimo más fácil de recordar, ergo, todo son ventajas, tan sólo por 7 €/año.

3. Escribe a menudo: un blog que **no actualiza**, que no escribe entradas, **es un blog muerto**, ni más, ni menos. Lo más importante en un blog es la frecuencia, y no la cantidad de entradas de nuevas, es decir, vale mucho más escribir una entrada al día que 7 en un día aleatorio cada semana.

Ten en cuenta que a la gente le gustan **las pautas**, la rutina, así que, ofrécesela, además, para tus lectores será mucho más fácil seguirte.

Eso sí, no desesperes, no tienes que sentarte día tras día a escribir, siempre puedes **programar entradas**, con lo cual, la tarea se hará mucho más sencilla.

4. Conoce a tus lectores: bloggear no es como escribir, esto es un **camino de dos vías**, por un lado, tú escribes para que te lean tus lectores, y tus lectores opinan, critican, ofrecen nuevos datos, en definitiva, se debate.

Este es el punto que no comprenden muchas grandes compañías, y muchos blogs grandes, lo importante de este medio es **el debate**, y para ello, están **los comentarios de un blog**.

Así pues, conoce a tus lectores, lee detenidamente sus comentarios, contéstalos a todos, haz encuestas, pide opiniones, ten un formulario de contacto. En definitiva, **sé accesible.**

5. Rentabiliza tu blog por distintos métodos: si quieres rentabilizar tu blog, ¿por qué vas a quedarte en Ad Sense? Internet está lleno de programas para **rentabilizar tu blog**, algunos mejores, otros peores, pero eso depende cada blog, de cada nicho, y de cada persona.

Así pues, **explora y prueba**, no hay otro método que el de ensayo y error en este caso para saber lo que te funciona, y, sobre todo, no seas conformista.

6 (y fundamental) Lee Actualidad y Deporte todos los días: ¿qué esperabas?, el éxito no se consigue sólo 😉

10 errores que todo blogger debe evitar

Si ayer os daba cinco consejos para el bloguero novato, hoy, vamos a dar 10 errores a evitar por todos nosotros, he aquí la lista:

1. No actualizar: Nunca falla, todo el mundo empieza un blog con mucha ilusión, y, la primera semana, hace varios post al día, pero luego, el ritmo de actualización va cayendo, y cayendo, hasta que, al mes de haber empezado con él, actualizará el blog de uvas a peras.

Así pues, te recuerdo que lo importante es mantener una frecuencia, ya sea de un post a la semana los domingos por la noche, o de diez entradas al día, simplemente, mantenlo (por lo menos).

2. Bloguear sólo por dinero: Si te has creído eso de "haz dinero con tu site/web/blog sin esfuerzo", vas listo, así de claro. El 99% de los blogs y webs en general nunca harán más de 100€ al mes, y el 70% no harán más de 20€ al mes. Así que, si escribes sólo por dinero, mejor déjalo, sin más.

La única forma de ganar dinero con un blog, es no escribir por dinero, sino para la gente que te lee.

3. Publicar rápido: En este error hemos caído todos, absolutamente todos (yo, varias veces). Vemos una noticia de actualidad, corremos a escribir, terminamos de redactar, pulsamos publicar, y listo.

Y aquí vienen las cagadas, faltas de ortografía, incoherencias y un sin fin más, por ir con prisas. Una vez que escribas tu entrada, pásale un corrector ortográfico, léela unas tres veces, por lo menos, y fíjate lo que no cuadra. Una vez tengas la versión definitiva, ya sabes, otra miradita a ver si se nos ha escapado algo, y luego, ¡a publicar!

Aún así, hay veces que se nos cuelga algún error que otro, así que, si te das cuenta, o te advierte algún lector de él, simplemente, retráctate y corrígelo, todos somos humanos.

4. No siendo personal: Tenlo en cuenta, si la gente quiere noticias neutras, no te va a visitar a ti, o bien se irá a ver el canal 24 horas de Noticias, o la CNN en castellano, así que, si simplemente te dedicas a dar notas de prensa, el futuro está muy negro. Tienes un valor añadido, tú mismo, tu opinión.

5. Siendo un Copia/Pega: Este error viene de serie en el… 75% de los blogs, y por eso la mayoría de ellos están condenados al ostracismo, aunque siempre un puñado de ellos, no se sabe cómo, se hace grande y famoso.

La única forma de que la gente te conozca, es por hacer algo distinto, ¿y qué puede tener de distinto tu blog?, pues, ¡qué mejor que tu mismo!

Deja aflorar tus ideas, tu opiniones, en definitiva, tu forma de ser en tu blog, ya verás como todo va un poquito mejor.

6. No responder a los comentarios: Como dijimos ayer, un blog es un camino con dos sentidos, por una parte, tu escribes para tus lectores, y tus lectores te contestan, formando un debate, así que, si un lector se toma la molestia de dejar un bonito comentario, ¿qué menos que contestarle?.

7. No dando un feed RSS completo: A no ser que hagas más de diez entradas al día, no tiene ningún sentido dar un feed RSS que no sea completo. Si alguien se suscribe a tu blog, es porque quiere leer los artículos enteros, no hay nada que joda más que suscribirte a un blog y tener que pinchar por cada cosa que te interesa, acabas dejándolo por aburrimiento, así que, o bien ofrece un feed RSS completo, o no ofrezcas ningún tipo de feed (aunque eso sería una locura.

8. No pasarte por otros blogs: No he conocido a ningún bloguer que no se pase por algún otro blog, y no he conocido a ningún bloguer que no tenga sus bloguers favoritos, así pues, si es así, pásate por otros blogs que te gusten, o bien blogs de tu nicho (misma temática a la tuya) y salúdalos, comenta sus entradas, yo he descubierto grandes blogs de esta manera, e incluso he forjado amistades, así que ya sabes, el mundo exterior es muy rico, ve y empápate.

9. Escribir para Google en lugar de para tus lectores: Vale, Google es una parte muy importante del tráfico de un blog, pero ese tráfico no tiene el mismo valor que las personas que te visitan a diario, así pues, no te olvides de ellas, ya que, si escribes sólo para Google, acabarás sin apenas lectores.

Está muy bien optimizar las entradas para Google (densidad de keywords, hacer contenido Google friendly y demás historias), pero hasta un punto, ya que, ten en cuenta esto:

Nadie entraría a leer una página que está hecha para un Motor de Búsqueda, además, Google sigue a la gente, y no al contrario, si una entrada la ve la gente, Google la indexará, mientras que, por muy bien optimizada que esté, si a esa página no entra nadie, a Google le dará un poco igual.

10. No leer Actualidad y Deporte: Evidentemente, este es el mayor error que un bloguer puede cometer.

Los 7 hábitos claves de todo blogger de éxito

1. Bloguean sobre unos principios sólidos: Es decir, eligen su frecuencia de publicación, y la cumplen, sin importar qué pase o cuando pase. Si vas a escribir una entrada todos los días, asegúrate de que hay una colgada cada día, no importa la hora (no importa demasiado, ojo), o la manera, pero habrá una entrada todos los días.

Por supuesto, si no puedes con un ritmo de publicación, simplemente, piénsalo y bájalo, eso sí, sopésalo cuando empieces a escribir tu blog, hay que estar a gusto con ese ritmo.

Por supuesto, para cumplir esto hay truquitos, como es programar entradas, muy útil en casi todos los casos.

2. Les apasiona lo que escriben: Aquí hay una doble lectura; por una parte, si te apasiona lo que escribes, se nota, y lo notan, tendrás más interés en informarte correctamente, buscar fuentes y disfrutarás con lo que haces.

Por el contrario, si no te gusta sobre lo que escribes, se te hará muy, pero que muy cuesta arriba sentarte a escribir, y lo acabarás dejando, y no digamos si sólo blogueas por dinero, en ese caso, será todavía más duro.

3. Interactúan con sus lectores: Este punto es primordial: si un blog tiene comentarios por defecto, por algo será, ¿no? Como hemos contado varias veces en esta serie de entradas, la conversación es fundamental, muchos de mis lectores han vuelto gracias a un trato personalizado, a responder a sus preguntas, vamos, a notar que te preocupas por ellos. Por otro lado, si un lector llega, te lee, te deja un comentario, y tu no le contestas, esa persona pensará: ¿para qué voy a dejar un comentario, si no sirve para nada?, y evidentemente, no comentará más, y bueno, puede que no vuelva más, sinceramente.

4. Dan un montón de enlaces: A los buenos bloggers poco les importa enlazar a un blog recién creado con PR=0, lo que les importa es el contenido, la fuente, la historia que están leyendo.

Esto parte de una máxima que muchas veces se olvida: se escribe para la gente, no para Google, porque, en definitiva, ¿qué más da tener un PR=4 o un PR=3?, ¿tanta diferencia hay?. Recuerda, lo que importa es la gente, no Google, por ejemplo, este blog, directamente, usa Do Follow en los comentarios, y, ¿por qué?, porque me gusta más que la gente dar un aliciente para que la gente comente en mi blog a lo que pueda pensar Google.

5. Saben cómo hacerse destacar: Este es el punto más difícil, porque es el más personal. Los grandes bloggers dominan el Branding, es decir, saben cómo hacerse distinguir entre los millones de blogs que existen.

Una de las razones para tener dominio propio, por ejemplo, es precisamente esta, pero hay muchísimas más, piensa que, en definitiva, lo más sencillo que puede hacer a tu blog distinto es tu punto de vista, tu forma de escribir, de conectar con otros, en definitiva, ¡tú! Así que, quítate los miedos y muéstrate, que aquí nadie muerde.

6. Son buenos escritores: Esto es un punto evidente: los grandes bloggers son buenos escritores, si no, sería tedioso seguirles, y no sabrían exponer con claridad sus ideas, sus puntos de vista. Pero, precisamente, otra cosa que les diferencia es precisamente eso, que son amenos.

Piensa que la mayoría de las personas que entran en tu blog lo hacen para leer información, de uno u otro tipo, así que, ponte las pilas y escribe, en tu estilo, pero escribe bien.

7. Leen Actualidad y Deporte**:** El gran punto a tener en cuenta, todos los grandes bloggers leen algún que otro gran blog (y qué cojones, ¡así es la autopromoción!).

Inspirado en el maestro JohnChow.

Como manejar los comentarios negativos

Todos hemos tenido en nuestro blog comentarios negativos, más o menos destructivos, pero aquí, tengo que hacer primero una distinción.

Yo soy partidario de **moderar los comentarios**, esto quiere decir que, si comentas en mi blog, tu primer comentario será moderado, y, los posteriores, aparecerán automáticamente. Y bien, ¿para qué lo hago?, sencillo, modero los primeros comentarios de los usuarios y visitantes para **comprobar** que son en realidad **humanos y no bots** al servicio de alguna campaña de spam, así de claro.

Hay que distinguir, como os decía, entre los **comentarios negativos y los trolls**, ¿cómo diferenciarlos? Muy sencillo, los **primeros exponen su opinión** (aunque sea mala) y hacen una **crítica constructiva o destructiva**, mientras que los **trolls** directamente se dedican a **insultar**. Evidentemente, los comentarios de los trolls no conocidos no dejo que salten a la palestra, ya que, creo que un artículo no gana nada con un comentario que ponga "sois todos unos cabrones" si no tiene un argumento para ello.

Bien, dicho esto, vamos a meternos en materia; **¿cómo se manejan los comentarios negativos?**, he aquí:

1. Los comentarios negativos son algo positivo: ¡Vaya dualidad!, ¿no es así? Pues sí, estrictamente, los comentarios negativos en **tu blog significan que está creciendo**, de tal manera que, a más visitas, más comentarios negativos, es cuestión de pura estadística (primera victoria).

Además, **la blogocosa es demasiado grande para contentar a todo el mundo**, en cualquier tema, ergo, tener comentarios negativos significa que la gente te lee (segunda victoria).

2. Los comentarios negativos incentivan la discusión: Veamos los comentarios negativos desde la parte del lector, que entra, lee el artículo, y ve que otra persona ha realizado un comentario de lo que llamamos negativo. Está claro que, si esta segunda persona tiene algo que decir, lo dirá, bien en contra del comentarista, o a favor, ya que, digamos que es un aliciente que alguien exponga críticas antes que nosotros para que nos lancemos a la piscina.

Así pues, **los comentaristas más negativos que puedas tener son los que incrementarán más tu tráfico**, debido a ese cruce de puntos de vista, aliéntalos, y saldrás ganando.

3. La gente que dice que no volverá, en realidad nunca se va: He tenido varias experiencias en Es Algo Personal con comentaristas que decían que el blog iba cada vez peor, que ya no le gustaba, que éramos unos pichastristes y similar y que, evidentemente, no iban a volver jamás.

Pues bien, todos ellos han vuelto, y han vuelto a comentar, en menos de 3 días, como si nada, bien sea para seguir criticando, o haciendo como se les ha olvidado todo.

4. Y ahora bien, ¿cómo manejar realmente los comentarios negativos?: Bien, ya sabemos la teoría, y las consecuencias, pero, ¿cómo se manejan? Primero, hay que dar gracias a que esto es un lenguaje escrito, y nos podemos tomar nuestro tiempo para contestar apropiadamente, así que, primera regla: prisa mata, amigo.

Después de la calma, contesta, lo primero que debes hacer es **agradecerle su comentario**, y agradecerle **el tiempo empleado** en él. Una vez hecho esto, la regla de oro es: **no cargues en ira** contra un comentarista que **no haya cargado en ira contra ti**, si lo haces, quedarás como un papanatas.

Sé comedido, firme, y expón tus puntos de vista, **fomenta el debate sano**, de tu a tu, y, sobre todo, **no pierdas el respeto.**

Así pues, la próxima vez que veas un comentario negativo en tu blog, alégrate

Longitud y frecuencia de las entradas de tu blog

Mucho se ha escrito sobre este tema, pero hoy quiero darte un par de consejos sobre la longitud y la frecuencia de las entradas de tu blog.

Quiero comenzar diciendo que el punto **realmente importante** de estos dos **es la frecuencia**, la longitud es algo totalmente secundario, así pues, comenzaremos por lo "menos importante".

La longitud **de tus entradas**, a groso modo, debe ser una con la que **tú te sientas cómodo**, hay blogs de éxito que tienen entradas realmente cortas, de un párrafo como mucho; pero esto es debido a que publican docenas de entradas en un día. Otros, por contra, publican entradas muchísimo más largas, pero sólo hacen dos o tres a la semana, así que, **¿cuál es el mejor método?**

Mi consejo es que una entrada debe tener normalmente **entre 200 y 1.000 palabras**, aunque **el 80%** de mis entradas **tienen unas 400-500 palabras**, pero, como todo, depende del tema que estés tratando.

Os doy dos ejemplos, si cuelgo un vídeo sobre una mamá pato intentando sacar a sus polluelos de una piscina, creo que es normal decir que un par de líneas bastarán, pero si realizas un artículo sobre un estudio completo de feromonas, lo normal es que te salga una serie de cinco entradas de más de mil palabras, así que, relativizad, pero hay que tener en cuenta siempre la regla de oro:

Ten en cuenta **que los lectores pierden** parte de su valioso **tiempo leyéndote**, así que, sé razonable con su tiempo.

En otras palabras "make it simple" es decir, **hazlo sencillo**, **nadie quiere leer 200 páginas** sobre la reproducción del caracol **si se lo puedes resumir en tres párrafos**.

Ahora, el punto caliente, la **frecuencia** de las entradas:

Lo importante es que estés **tú cómodo con la frecuencia**, pero esta vez, piensa como un lector, ¿qué opinarías de un blog que, durante una semana, actualiza con una entrada al día, y a la semana siguiente, desaparece?, evidentemente, no volverías, así de simple, así que, elige tu frecuencia y mantenla, sea como sea.

Hoy me quiero inmiscuir un poco en tu vida (así soy yo, sin pedir permiso ni nada). **L**os blogs están hechos para que se actualicen a diario, por varios motivos:

1. Harás que tus lectores, la gente que te siga, **se pase todos los días por tu blog**, ergo, **no se les olvidará**, mientras que, si publicas cada tres días, es probable que una vez se les olvide, y ya no vuelvan más.

2. Si publicas todos los días, lo más normal es que, **la gente que te sigue se suscriba a tu feed RSS** con el tiempo**,** para no perderse ninguna entrada (y podrás clamar victoria).

3. En tu nicho, sea cual sea, siempre está ocurriendo algo, cada día. Si un día no encuentras nada, simplemente es que no estás buscando bien, hay un montón de información ahí fuera, eso sí, hay que separar las basuras de las pepitas de oro, así que, ¡al tajo!.

4. Si actualizas todos los días, los bots de búsqueda (arañas de Google, Ask, Bing y demás) **se pasarán más asiduamente por tu blog**, indexándolo antes y teniendo mayor beneficio de los motores de búsqueda (segunda victoria).

5. Ojo, no te pases, yo podría escribir 10 ó 12 entradas al día, y, ¿por qué no lo hago?, pues por motivos, la falta de tiempo es uno, y, ¿el otro?, sencillo, **no sobrecargues a tus lectores** con entradas y entradas, **elige lo mejor de cada día**, y llévalo a cabo con la mayor perfección que puedas, sólo así tendrás un blog de calidad. **Acuérdate de que el tiempo de tus lectores es valioso.**

5 cosas que hacer cuando no tienes ideas de sobre qué bloguear

La vida del blogger a veces es muy dura, y hay días que no tienes nada de inspiración… pero todo tiene solución, ahí van los cinco consejillos:

1. (Fundamental) ¡Revisa los comentarios!: Tus lectores se merecen todo tu tiempo, revisa si se te quedó algún comentario sin contestar, es lo primero que hay que hacer cuando no tienes ninguna idea, nada que hacer, o estás apático.

Además, muchas veces puedes encontrar grandes historias en los comentarios de tu blog que pueden darte más que una ayuda para ponerte manos a la obra.

2. Echa un vistazo a tu comunidad de bloggers: Ahí fuera hay millones y millones y más millones de blogs, no estoy pidiendo que los revises todos, pero seguro que sigues más de una decena de ellos. Así que, la opción es simple, date una vuelta por los blogs que sigues, y los blogs de tus comentaristas, seguro que hay algo interesante.

Una vez consigas algo que te llame la atención, no te quedes tan sólo en copiar y pegar, expón tu opinión, personalmente, yo no volvería a un blog que lo único que hace es copiar, pegar y mandarme a una noticia más grande por medio de un link, la próxima vez, iría directamente al sitio de la noticia.

Esto no lo olvides, expón tus opiniones.

3. Mira en tus archivos: Según vas escribiendo y escribiendo entradas, es muy recomendable que, antes de escribir sobre algo, mires en tus archivos para no duplicar contenido; pero también, cuando no tienes ninguna idea, es muy recomendable mirar en tus archivos a ver si puedes darle una vuelta de tuerca a alguna entrada especial, seguir investigando.

Si eres muy, muy vago, siempre puedes hacer un "regreso al pasado" y colgar una entrada antigua a modo de Restrospecter, eso ya, tú mismo.

4. Revisa tu email: Con todos los Gigas que te ofrece ahora cualquier servicio de mensajería, y todo el tiempo que llevas con tu email, seguro que algo interesante tienes dentro, desde comentarios de tu blog hasta las chorradas más gordas de la red; te pueden salvar de más de un apuro…

5. Échale un ojo a YouTube: Quien dice YouTube dice cualquier sistema de intercambio de vídeos, hay verdaderas joyas dentro, y, además de horas y horas de partirse la caja, es muy probable que puedas sacar algo más, una bonita entrada para tu blog.

Eso sí, no olvides comentar el vídeo, exponer tu punto de vista y demás cosas anteriormente mencionadas.

¿Aún piensas que no hay nada sobre lo que bloggear?, **siempre te puedes pasar por Actualidad y Deporte, o por Es Algo Personal…**

Vigila tu ortografía y tu coherencia

Podríamos decir que es una de las tres reglas de oro, que, incomprensiblemente, el 50% de los blogs (tirando a la baja) no cumplen, ni de coña.

¡Vigila tu ortografía!, no es tan difícil, es más, un sencillo gesto basta: **escribe tu contenido,** el que sea, cuando sea, y como sea**, y luego, pasa tu texto por Word, OpenOffice, o** simplemente, instala en **Firefox el addon de idioma** y listo, porque ni te imaginas la cantidad de lectores están perdiendo por esto…

¿No lo crees?, ponte en el lugar de un lector, que entra a tu blog a buscar información, y se encuentra, de sopetón, un "habierto" o un "valla usted". Exacto, el resultado es la espantada, así que, no te relajes, usa tus herramientas.

Otro punto a tener en cuenta, tan importante como el anterior es el de **mantener la coherencia en lo que escribes.** En este caso, la solución también es sencilla:

Primero, **piensa sobre lo que vas a escribir**, y haz un esquema mental en tu cerebro (o maltrecho cerebro, como en mi caso).

Luego escribe el artículo, pensando en dicha estructura.

Para finalizar, y fundamental, **revisa el texto**, léelo tu mismo, y comprueba que se entiende lo que quieres decir.

Al igual que en el primer punto, si un lector entra a tu blog, y no entiende lo que lee, lo normal es que no vuelva, es algo de perogrullo, pero aún así quería remarcarlo, porque, como os digo, más de la mitad de los blogs que he visitado alguna vez han pecado o bien de la primera, o bien de la segunda, y muchas veces, de ambas.

Bonus: ni que decir tiene, que **el lenguaje de móvil no es un sistema de comunicación válido** para realizar un blog, he visto menos casos de este tipo, pero los hay (más de lo que os imagináis), a fin de cuentas, un teclado normal tiene 104, 108 o 130 teclas (dependiendo de si es de un portátil, y demás funciones), así que, no te conformes con usar 15.

Contenido original

Quiero dedicar una entrada de la serie simplemente a hablar del contenido original, algo tan olvidado como importante en un blog.

Empecemos por el principio, ¿qué es mejor, **tener contenido original o directamente copiar y pegar**?, pues depende cual sea tu objetivo, pero, **si quieres tener un buen blog, mucho me temo que tiene que ser el primero**…

Y bien, **¿qué significa "contenido original"?**, pues hay varias acepciones:

1. Relatos, prosa, versos, es decir, cosas de tu propia cosecha, siempre que te guste escribir, claro.

2. Contar historias de la vida cotidiana, actualidad, tecnología, en definitiva, lo que sea.

En otras palabras, **en el primero de los casos la fuente eres tú mismo, y, en el segundo, normalmente no** (aunque a veces sí que lo puedes ser).

En el caso **que tú seas tu propia fuente, lo tienes sencillo**, escribe, publica y siéntete libre.

Pero, **lo que es más habitual, es que cada blogger tenga sus fuentes**, así que, hay varias **"normas de buen comportamiento"** a seguir:

1. Expón la noticia (con enlace al a fuente) y tus opiniones, o bien, simplemente enlaza la noticia y expón tus opiniones, pero, no te olvides de **dejar patente tu valor añadido**.

2. No tengas miedo de exponer tus fuentes, la transparencia vale mucho más y atrae a muchos más lectores, los misterios quedaron más allá por el siglo VII.

3. Envía un trackback/pingback a la fuente que citas, así, el administrador del sitio citado recibirá un aviso sobre tu cita, y lo más normal es que se pase por tu site a ver qué has escrito (y por supuesto, si le gusta, se quede).

Por otro lado, si te dedicas a copiar y pegar simplemente, no estarás haciendo nada que te distinga de los millones de blogs que pueblan la blogocosa, y, quizá consigas a corto plazo buenos resultados en buscadores y demás, pero, a la larga, será tan aburrido que no lo podrás mantener, porque, por una parte, "escribir" no te aportará nada a ti mismo, y no tendrás ni un sólo lector, simplemente, gente que abre la ventana desde Google y exclama "¡vaya, esta mierda ya la leí en otro sitio!" mientras la cierra, y trabajo perdido.

Categorías, etiquetas y palabras clave

Hoy va esto un poquito más técnico, ya estamos acabando con el contenido, y en los próximos días comenzaremos a hablar sobre diseño y otras sorpresitas varias.

Así pues, hoy os quiero hablar un poquito sobre las grandes olvidadas**, las categorías y etiquetas de un blog**, y, por ende, de las palabras claves (pero eso al final).

Bien, comencemos por el principio, **¿qué diferencia a una categoría de una etiqueta (tag)?**.

Para que nos hagamos una idea, **una categoría es un grupo de entradas más o menos general,** que puede tener una relación general pero no tratar de nada parecido, como puedes ver en el sidebar de este blog, entre las categorías están Actualidad, Deporte, Baloncesto, o Política, entre otras muchas, si pinchas sobre alguna de ellas, te llevará a una lista de entradas acerca de un tema, pero, repito, te expondrá todas las entradas sobre ese tema.

Sin embargo, **un tag es algo más específico, son pequeñas palabras clave acerca del artículo,** digamos, son las tripas del artículo.

Hacer las cosas de este modo tiene **tres ventajas principales**:

1. **Nos permite bucear mejor por los archivos**, para poder buscar y enlazarnos a nosotros mismos en las entradas (deeplinking).

2. Permite que **un usuario** al que le interese un tema pueda identificarlo perfectamente e ir a por él, **facilitándole las cosas.**

3. Importante, **también le pone las cosas más sencillas a Google,** ya que, para este buscador, la categoría, etiquetas y palabras clave (esto lo explicaré más adelante) **son relevantes**, con lo cual, puedes **mejorar la calidad de las visitas** que te manda el Gran Buscador**.**

Así pues, con un sencillo gesto podremos tenerlo todo organizados a ojos de todo el mundo y bots varios, con lo cual, no esperes y ponte a ello.

Otro tema **son las palabras claves (keywords)** de un blog y de cada artículo, digamos que son parecidas a las etiquetas, **pero tienen más peso en los buscadores** (sobre todo **si usas un SEO**, pero esto lo veremos en el campo del diseño y los widgets, tened paciencia), ya que, para que te hagas una idea, permite a **Google saber de qué va tu blog o tu entrada**, con unas cuantas palabras**.**

Dicho esto, lo **importante es que las palabras clave sean adecuadas a nuestro blog**, es decir, si tu blog es sobre Actualidad y Deporte (como es el caso) poco conseguiré si pongo como palabras clave "caracol, sexo, punto de cruz" ya que las búsquedas que me aporte en este caso Google por ellas, serán de mala calidad, en el sentido que entrarán, verán que no es lo que buscan, y se irán, así de sencillo.

Conclusión: **Cuida tus categorías, etiquetas y palabras claves,** es un trabajo a largo plazo, pero sencillo de realizar y **te puede dar muchos beneficios.**

Capítulo 5: Diseño

Plugins que debes tener en Wordpress

Aquí te dejo mi Top de plugins que debes tener en tu administración de Wordpress (evidentemente, todos los de esta lista los tengo instalados, si no, no tendría mucho sentido), en estricto orden alfabético:

1. Admin Favicon: Te permite añadir un favicon (mira arriba, a la izquierda de la URL, o en la pestaña, si usas navegación paginada), ¿para qué sirve?, sencillo, branding, tener una imagen por la que el lector te recuerde, y todo tan sencillo como 2 clicks.

2. Akismet: Es el filtro antispam de referencia, no se le suele colar ninguno, y, si esto ocurre, siempre puedes revisarlos manualmente.

3. All in one SEO Pack: Otro "Must Have", te da toda las opciones para que realices un SEO (Search Engine Optimization) en condiciones, título, resumen, palabras clave, en artículos, portada, y cualquier cosa que imagines.

4. Better Blogroll: ¿Quieres poner tu blogroll en partes?, ¿poner un número limitado de enlaces y que vayan rotando?, pues todo esto te lo permite Better Blogroll en 2 clicks, y así tu blogroll se verá un poquito más bonito.

5. Broken Link Checker: Si no quieres volver locas a las arañas de los buscadores, necesitas este plugin. Lo "único" que hace es ir comprobando que tus enlaces apuntan a una dirección válida, y, si uno se rompe, te lo comunica para que lo puedas reparar.

6. Contact Form 7: Este es un formulario de contacto sencillo, directo, y sin muchas florituras, pero cumple su función a las mil maravillas. Recuerda que un blog sin contacto con el administrador es como una tienda sin hoja de reclamaciones.

7. GD Star Rating: Este es un plugin para fomentar la interactividad con tus lectores, permite que voten tus entradas con puntuación y con pulgares hacia arriba o hacia abajo, y además, puede hacer una media de todas las notas para que te hagas una idea de la nota general del blog, muy útil, siempre que tus lectores se percaten de él.

8. Google Analytics Dashboard: Si usas Google Analytics, este plugin te permite tenerlo en el escritorio de administración de WP de forma rápida y sencilla, otro Must Have.

9. Google XML Sitemaps: Este sirve para optimizar un poquito más tu blog para Google, te hace un Sitemap él solito, sin que tengas ni que pensar, facilitándole mucho el asunto a las arañas de buscadores, un trabajo que no se ve, pero que se siente.

10. KnxDT Bookmarks: ¿Quieres que tus lectores puedan enviar tu entrada a menéame, facebook y un montón de redes sociales más?, pues simplemente instala este plugin, y déjalo hacer, los resultados vendrán solos.

11. Quick Search: Este plugin es bastante vistoso, hace que, según buscas algo en la barra de búsquedas de tu blog, vayan apareciendo resultados como sugerencias de búsqueda.

12. Random Post Widget: Otro Must Have, te permite poner entradas aleatorias para fomentar la visita a artículos antiguos, tú decides cuantos, donde y de qué manera.

13. Subscrite to comments: ¿Quieres que tus lectores vuelvan?, ¡dales la oportunidad!, este plugin es sencillo a más no poder, simplemente, da la opción de suscribirse vía email a los comentarios, ergo, si un usuario comenta, le llegarán al mail los comentarios siguientes, y lo más probable es que vuelva al debate, genial, ¿verdad?

14. Top Commentators Widget: Otro plugin para fomentar la participación, pone a los usuarios que más comentarios han vertido en tu blog con un bonito enlace hacia su site y su nombre, déjalo estar y en poco tiempo verás cómo hay alguno que le interesa estar allí (a fin de cuentas, son visitas para su site), con lo cual, al final, tu tendrás más visitas.

15. Viper's Video Quicktags: Este plugin te permite incrustar vídeos de muchas redes (YouTube entre otras) simplemente poniendo la URL, facilitando muchísimo el trabajo.

16. Wordpress Popular Posts: ¿Quieres que el mundo sepa que es lo más visto en tu blog?, pues este plugin se encarga de ello, tienes varias opciones, lo puedes hacer desde la creación de tu site, en el último mes, o como tu quieras.

17. WP-Polls: Sistema rápido y sencillo para la creación de encuestas, así podrás pedir opinión a tus lectores.

18. WP- Super Cache: Disminuye considerablemente el tiempo de carga de tu blog, algo importantísimo con las nuevas visitas.

19. WP To Top: Otro plugin a primera vista tonto, pero luego, muy útil. Simplemente es un botón para volver arriba, pero, su comodidad es exquisita.

20. Yet Another Related Post Plugin: Si quieres retroalimentarte, este plugin es otro Must Have, te da una lista de entradas relacionadas al final de tus artículos, por si al lector le interesa, así tendrás a tus lectores durante más tiempo en tu blog.

Ahora te toca, ¿me dejé alguno en el tintero?

Introducción al diseño

Bueno, ya pasó la parte fea, ahora nos encaminamos a la que más quebraderos de cabeza da: **el diseño.**

A partir de mañana iremos viendo, en **tono divulgativo** (no os esperéis nada de código) **el diseño que debe tener un buen blog,** para que sea accesible y fácil para el usuario.

Como sabréis, un blog se divide en dos partes, el contenido, y el diseño. Si falla una de las dos, estamos jodidos, por ejemplo:

1. Si tu **diseño es excelente, pero tus entradas son inconexas**, con faltas de ortografía, o simplemente copias y pegas, lo más probable es que **la gente no vuelva a visitarte más.**

2. Si por otro lado, **tu contenido es espectacular** 100% original y realmente eres un escritor de primera, **pero el diseño de tu blog hace que tarde mucho en cargar**, con mucho flash, multimedia, canciones, y pop-ups, el resultado será el mismo, **la gente, no entrará a leerte,** así de dura es la vida, mi pequeño padawan.

Así que, ahora que ya tenemos unas nociones básicas acerca del contenido, vamos a realizar lo mismo con el diseño, para que podamos aunar ambos y hacer algo bonito, que ese es el interés de esta guía.

Para ello, **voy a dividir el diseño en dos fases** intuitivas:

1. **El diseño que se ve**: en este punto estarían cosas muy dispares, como la plantilla (o theme) que utilizamos, los colores, disposición espacial, y un largo etc. Vamos, todo lo que se ve en la pantalla al entrar a tu blog.

2. **El diseño que no se ve**: un poco más tedioso pero primordial, optimización de bases de datos, paginación, mapas del sitio… todo lo necesario para que la navegación sea una experiencia multiorgásmica.

Permaneced atentos a las pantallas, comenzamos con el diseño.

Cómo elegir y cómo activar tu theme de Wordpress

Comencemos por el principio: **¿qué es el theme de Wordpress?,** muchos responderán: ¡es la plantilla!, y aquí quiero hacer varios matices importantes.

Un theme **es la plantilla y muchas otras cosas**, mientras en otros Gestores de Contenido como Blogger o Tumblr la plantilla es el diseño de fondo que se ve, y listo, **en Wordpress hay mucho detrás**, ya que, visualmente puede haber muchos cambios, cambios en el número y colocación de las sidebar, colores, formas, logos y demás, pero, a parte, el theme se encarga de la paginación de comentarios, entradas, y muchas otras cosas bonitas.

Vista esta diferencia, vamos al grano, **¿cómo elegir la plantilla de Wordpress que me conviene?,**

Bien, hoy día lo tenemos realmente sencillo, lo más fácil es que entres en el **panel de administración,** despliegues en el menú lateral el botón **"Apariencia"** y pinches en **"Añadir"**, de ahí te saldrá una brillante paginita con muchas opciones para **buscar un theme que se adapte a ti.**

Entre ellas, puedes buscar por palabras clave, autor y un sinfín más, pero te recomiendo que, si estás indeciso, **utilices los filtros**, te permite elegir colores, número de columnas, ancho fijo o variable, características… todo lo que necesitas.

Pero, **¿qué ocurre si no me gusta ninguno?,** sencillísimo, basta con que **pongas en Google "Wordpress Themes**" y te hartes de buscar directorios de themes, hasta que des con el tuyo, una vez lo tengas, **descárgalo a tu PC, en .zip, y,** en la misma pantalla de búsqueda de themes, justo arriba hay varias opciones, la segunda de ellas es **"subir",** examina tu disco duro hasta encontrar el .zip y **súbelo**, el trabajo está hecho.

Ahora, para **activar el theme tan sólo ve a la pantalla de "Apariencia", "Temas"** y elige el que quieras, si no te convence, siempre puedes activar el que ya tenías antes.

Y bien, **¿cómo elegir tu theme para Wordpress?,** he aquí unos cuantos consejos:

1. Piensa las necesidades que tienes: Este es prioritario, si vas a tener pocos widgets en tu barra lateral, es una tontería que cargues un theme con 4 columnas de sidebar, y viceversa.

2. Mira el diseño general: Los themes suelen tener una cierta armonía, busca el que te guste subjetivamente, el primero que tiene que estar a gusto con el diseño eres tu.

3. Piensa en tus lectores: Busca también la usabilidad del theme, de nada te servirá tener muchas cosas si están desorganizadas o fuera de sitio, sé coherente.

4. Comprueba los colores: Parece una tontería, pero no lo es, busca colores complementarios, como dije más arriba, busca la armonía.

5. Haz copia de seguridad antes de cualquier cambio: Todos la hemos cagado en este punto, antes de probar themes o widgets, es muy recomendable hacer una copia de seguridad de tu blog, por si algo se tuerce, aún me acuerdo la primera vez que actualicé Wordpress hace ya casi año y medio, tardamos varios días en que todo funcionara correctamente…

Título, logo y colores de tu blog

Hoy quiero hablaros de otro punto muy importante en el diseño de cualquier blog:

1. Título: El título de tu blog **suele ser el nombre del dominio sin el www y sin la terminación**, aunque ojo, no tiene por qué, ni mucho menos. Como siempre, todo tiene sus pros y sus contras. Los pros de esta nomenclatura es que **tus lectores no tendrán que memorizar dos cosas**, si no sólo una, así que tardarán exactamente la mitad del tiempo en poder escribir de memoria tu URL en la barra de direcciones.

Por otro lado, **si el nombre de dominio no es muy pegadizo,** puedes tener problemas**,** en ese caso, quizá te convenga **ponerle un título distinto al blog**, más pegadizo, musical, o cualquier cosa que se te ocurra. Además, como no es lo usual, **siempre puedes quedar como un tipo original.**

2. **¿Con logo o sin logo?:** Esta es otra de las eternas preguntas, yo, sinceramente, **prefiero los blogs sin logo,** he aquí mis razones:

- Hace que la **carga del blog sea más ligera** (punto a favor).

- Hace que el **contenido cobre más importancia** (punto a favor).

- Hace que e**l conjunto de diseño también cobre más importancia**, ya que el logo es una forma poderosa de captar la atención del lector (a veces, demasiado).

Pero sé que **muchos bloggers son proclives a tener un logo propio**, creado por sus propias manos (con o sin sangre de virgen, eso ya es opcional), **si es así, debes tener en cuenta dos recomendaciones**, es más, dos encarecidas recomendaciones:

- **Vigila su anchura**: **nunca aconsejaría que un logo fuera más grande que un banner**, ya que, si así es, puede darse el caso en que el lector llegue a nuestro blog y ni siquiera vea el inicio de la primera entrada (me ha pasado varias veces), ya que además de logo la gente suele poner un banner de anuncios y el listado de páginas, algo que ahuyenta, ¡y de qué manera!, a tus queridos lectores. Así que ya sabes, ante todo, limpieza.

- **Vigila los colores**: como siempre, **busca la armonía**, si tienes un theme que el color predominante sea el verde (como Actualidad y Deporte) no hagas un logotipo cuyo color principal sea el amarillo, por ejemplo, ya que en este caso pones en peligro las retinas de tus lectores y las tuyas propias.

Si no sabes muy bien cuáles son los colores complementarios de tu theme (este consejo es exclusivo para el público masculino) no lo dudes y pregunta a tu novia, cualquier compañera de trabajo o estudios, o a tu madre, cualquiera de ellas sabrá decirte si tu logo quema o no quema a la vista.

Por último, **me quiero repetir en los colores: ¡cuidado con las mezclas!**, la escala de colores se creó para algo, y **los complementarios están puestos no por obra de Dios,** si no por obra de alguien que cuidaba mucho su sentido de la vista, hacedle caso es señal de éxito**.**

5 consejos generales sobre el diseño de tu blog

1. Utiliza la anchura estándar: Al leer un blog, una de las cosas que más molestan es tener que estar yendo a la derecha y a la izquierda con una barra una y otra vez para leer las líneas o ver la sidebar, así que, amantes del diseño, atended:

Hoy por hoy, **la resolución de pantalla "estándar" es de 1280×1024**, así pues, no hagas tu themes más ancho que esto, por dos razones: si un usuario tiene una resolución mayor, tan sólo quedará un hueco a un lado y al otro, pero el blog se verá fácilmente. La otra: si hacemos el blog más ancho, la mayoría de los usuarios tendrán que ir moviendo una molesta barra, y, el resultado es bien sencillo: no volverán, así de claro.

2. Nada de publicidad que salta al iniciar el blog: ¿Sabéis que hace la mayoría de personas que visitan un blog, y, antes de llegar al **c**ontenido le sale un pop-up gigante y de colores chillones sobre cualquier mierda?, evidentemente, cierra la página, y procura no volver más. Así pues, pierdes visitas, ergo pierdes rentabilidad a raudales.

Recordar pequeños, **la mejor publicidad es la no intrusiva.**

3. Cuidado con los Pop-ups: En esta ocasión, **los** pop-ups pequeños que salen en las esquinas o parte inferior del blog, además que son una **publicidad intrusiva al máximo**, hay veces **que** por su colocación no permite ver el contenido del blog, el resultado, ya te lo puedes imaginar, **c**ierre de página y a seguir buscando en Google**.**

4. Banners: Hay multitud de **blogs (el 60-70%)** que **se dedican a poner banners y banners de publicidad sin parar**, uno debajo del título, otro después de cada entrada, y más en ambas sidebar. **Aunque estén bien implementados** (colores, formas y demás similares o complementarias a la de tu theme), **esto abruma**, y mucho, al que entra a tu blog a por información, teniendo la sensación de que ha de **tener cuidado** de donde

pincha. **Esta tensión, a la larga**, se manifiesta en que **ese lector no volverá,** así que, ten cuidado.

5. Vigila que tu blog sea legible: El **color y tamaño de la letra** es muy, muy importante, a la hora de diseñar tu blog, ten en cuenta que lo haces para que sea leído, así pues, no pongas letra naranja sobre un fondo amarillo, intenta que la lectura sea fácil, rápida y no fatigue la vista.

Para ello, **se suele combinar o bien un fondo claro con una letra oscura** (fondo blanco, letra negra) **o justo al revés**, un fondo oscuro y la letra clara, siendo éste último caso el que menos cansa la vista del lector, ya que entra menos luz en sus retinas.

Además, vigila el tamaño de letra de tu blog, hay muchos blogs que se empeñan en poner una Bookman Old Style tamaño 8, y otros que se empeñan en poner Arial o Helvética 16 en negrita**.** En este punto, no te hagas líos, **sé estándar, usa un tamaño de fuente normal,** no por escribir más grande y más gordo se te leerá mejor, ni mucho menos.

Además, intenta **utilizar la negrita,** *cursiva* y subrayado (sobre todo las dos primeras) **para enfatizar el escrito.**

Qué es el sidebar y para qué sirve

Siguiendo con el diseño, **hoy vamos a ver un poquito acerca de la sidebar**, también llamada barra lateral.

Técnicamente, **la barra lateral** es lo que tenéis a la derecha de la pantalla, a la derecha del cuerpo del blog, en mi caso, aunque las características y personalización de esta barra la hacen una herramienta para experimentar y que puede **ser clave en apoyo de nuestro blog.**

Como sabréis, el aspecto, tamaño e incluso el número de ellas, es totalmente variable de un blog a otro, así que aquí tendrás que improvisar, **aunque aquí tienes lo que viene siendo una sidebar estándar:**

- Un blog puede tener un número entre cero y cuatro barras laterales, todas las configuraciones son válidas, pero **lo normal es que haya entre una y dos**. Este blog tiene una sidebar, pero que en la parte inferior se parte en dos para dar una mayor cabida a los widgets sin que el diseño se vea perjudicado y quede todo compacto a la par que elegante, pero esto es porque me gusta dar prioridad al contenido, si no, tendría 2 sidebars, bien las dos juntas, o una a cada lado del cuerpo del blog.

- Lo realmente importante no es el número de barras laterales, **si no que estén organizadas y sean útiles**, ya que, la prioridad en este aspecto es la **utilidad**, una sidebar **se hace para ayudar al lector** (y a ti mismo), tenlo siempre en cuenta.

Por esto, primero, **la barra lateral debe ser legible**, así que, como siempre, vigila los colores y los fondos, así como el tamaño de letra.

Lo segundo e igual de importante es la **organización de la barra lateral**. Hay miles y miles de maneras de realizarlo, pero yo suelo tener un patrón definido, que, como soy muy generoso, os voy a contar:

Subjetivamente, **me gusta estratificar la barra lateral**, para luego hacer pequeñas mezclas en lo que podríamos llamar **"bloques"**, me explico, **lo primero** que podéis ver en mi barra lateral, arriba a la derecha, **es una encuesta**, este punto requiere participación del lector, además, es algo vistoso y con un **d**iseño distinto a lo que tiene alrededor, así, puedo casi asegurar que la vista se fijará en ella.

Justo debajo hay un pequeño botón de publicidad, para que, quien se haya fijado en la encuesta se fije irremediablemente en él, si estuviera encima, creo que nadie se fijaría.

Debajo de la publicidad hay otros dos widgets importantes: las entradas más vistas y las más recientes, también es algo que normalmente busca el lector con curiosidad**,** ergo, al final tenemos la publicidad en medio de dos aspectos importantes del sidebar (victoria).

Más abajo hay un pequeño recuadro con un pequeño "About" del blog, y justo más abajo, otro punto que es de responsabilidad del lector: los últimos comentarios y los mejores comentaristas, dar por seguro que**,** el lector que deje un comentario o el que luche por el ránking mirará a esta zona. Justo debajo hay otro widget muy importante, post aleatorios, que suele tener tirón ya que despierta la curiosidad del lector sobre escritos anteriores.

La parte de más abajo, que ya está partida, está enfocada al lector que está buscando algo específico, y, como veis, por comodidad está todo junto y enfrentado, por un lado, las categorías (para una búsqueda rápida**),** justo enfrente el blogroll, y más abajo el archivo y las páginas del blog, para que no tenga pérdida, todo compacto**.**

El último lugar en el sidebar son los widgets que al lector no le dicen nada, pero a mí, como administrador sí, las licencias, directorios en los que participo y el panel de administración, así queda todo suave y recogido.

Esta es sólo una forma de organizar la barra lateral, pero hay muchas otras, así pues, experimenta, pero con cabeza.

——- ACTUALIZACIÓN 11/11/09 ——-

He cambiado la Sidebar, he añadido un botón para la sindicación bien grande y lo he colocado en lugar de la publicidad, ya que esta es una de mis prioridades, hacerme con lectores.

La publicidad no ha desaparecido, simplemente, se escondió, ¿dónde?, muy sencillo, no se ve en la portada, pero, si pinchas en una entrada (en cualquier entrada), la podrás ver al final de cada texto, haciendo por una parte la visita más cómoda a todos los lectores.

ACTUALIZACIÓN 1/1/10

Cambié el diseño, y cambió todo, pero el ejemplo de arriba puede ser un magnífico ejemplo de cómo estratificar una barra lateral.

Homogeneidad de la entrada

Poco más nos queda acerca del diseño que se pueda ver, así que, después de este tema, pasaremos a la parte del diseño quizá un poco más fea, pero que puede resultarnos **la pieza clave del éxito**. Como digo, eso será mañana, hoy, aún nos queda una ración de diseño "al uso".

Es muy, muy importante la **homogeneidad de las entradas**, no tanto para la gente que viene de Google, que lo más probable es que vea una o dos, si no para los que se quedan, es decir, **tus lectores**, que a la vez deberían ser tu parte fundamental.

Pero, ¿qué es la homogeneidad de las entradas?, sencillo, fíjate en este blog, si pinchas en la portada (aquí) y observas detenidamente la estructura del cuerpo del blog, observarás que **todas las entradas** son, digamos**, del mismo tipo:**

Primera foto, y única que se ve, tamaño definido (300×300 normalmente, si son rectangulares, va cambiando un poco), fotografía arriba, a la izquierda, integrada en el texto.

Además, el texto cubre la fotografía y un poquito más, digamos tres o cuatro líneas, y a continuación, leer más.

En las entradas grandes, con más fotos, luego se van alternando en su alineación (una a la izquierda, otra a la derecha…) pero esto siempre después del "leer más", y siempre las fotos tendrán el mismo tamaño, salvo en casos excepcionales, como gráficos y demás, que se necesitan en un tamaño igual que el cuerpo del blog.

Esto da al blog un aspecto **mucho más profesional** y lo hace más agradable de ver y leer, ya que el lector se acostumbra a una estructura básica y la sigue, así se centrará en el contenido y en ver las preciosas fotos, y dejará de lado las sorpresitas de diseño.

Como siempre, **esto tiene algún contra**: el más acuciante es que**, hay en ocasiones**, en los cuales **una entrada no tiene una foto definida** (como esta, por ejemplo), aún así, mi más sincera recomendación es que **busques algo, aunque sea en tono humorístico** y la pongas, aunque sea para relajar el ambiente.

También hay que decir que siempre **una entrada con foto se hace más legible que sin ella**, sobre todo si la entrada es extensa, además, anima al lector a leer y además permite captar su atención con alguna fotografía interesante**.**

Así pues, no te olvides de esta parte fundamental del diseño.

La importancia de las URL's amigables

Comenzamos con otra parte del diseño, quizá un poco más tediosa pero mucho más constructiva, es la que hemos llamado como "diseño que no se ve", y, ni que decir tiene, que **es tan importante o más que el diseño "al uso".**

El primer aspecto que tenemos que tener en cuenta sobre este tipo de diseño es la **URL**. Como sabrás, **hay muchísimas formas de poner el permalink** (no te hagas líos, en la práctica, no es nada más que como se escribe la URL de cada una de las páginas de tu blog) **en Wordpress, y ahí vamos a dar el primer paso.**

Es muy, muy, pero que **muy importante, que cambies la opción por defecto a cualquier otra**, yo la suelo poner con año, mes y luego el nombre del título de la entrada. Por supuesto, puedes elegir otra opción, lo importante es que quites el predeterminado.

Pero, **¿por qué?**, muy sencillo, como tú sabrás, nuestro amo y señor **todopoderoso Google suele llevar a un blog cerca del 50% del tráfico** (a la larga, mucho más, en Es Algo Personal, por ejemplo, un 65% aproximadamente), y, muchas veces, **los usuarios que te encuentra vía Google pueden quedarse y hacerse lectores**.

Ahora, usando la lógica, **¿con cuál de estas dos URL's para el mismo artículo crees que te encontrará antes Google?**:

1. http://actualidadydeporte.com/?p=562

2. http://actualidadydeporte.com/2009/11/la-importancia-de-las-url-amigables

El caso está bien claro, aunque el título y contenido sea el mismo, para la misma búsqueda en Google, **tiene muchas más opciones de salir la segunda opción** muy por delante de la primera.

Así que, con un sencillísimo gesto, puedes ir aumentando tu tráfico hasta límites insospechados, tan sólo cambiando los permalinks (AKA enlaces permanentes).

También, como bonus, te recomiendo encarecidamente que muchas veces **cambies la URL** que sale, siempre **puedes acortarla** quitando los artículos **o** incluso **poniendo un título a la entrada y luego un enlace permanente** que sea más fidedigno con la entrada**,** ya que muchas veces con el título se busca sorprender al lector, pero si hablamos de Google, debemos ser lo más fieles al tema de la entrada que pongamos.

Por si no se ha entendido, **he aquí un ejemplo práctico:**

En una entrada del comienzo de este blog, que iba sobre la trama de espionaje del PP, para dar énfasis la llamé "Recula, recula", sin embargo, si te fijas en la URL de la misma es esta:

http://actualidadydeporte.com/2009/08/pp-desmiente-escuchas-pero-sigue-con-teoria-conspiratoria/

Así pues, por un lado se busca sorprender al lector, y, por otra, que Google no se haga un lío con la entrada: doble victoria.

En fin, nunca una URL dio para tanto.

Dominio con o sin "www"

Cuando compras un dominio, quizá sea la primera pregunta: **¿será mejor con las "www" iniciales o sin ellas?**

Como idea general de esta entrada: **da bastante igual.**

A tus lectores les va a dar igual que tu dominio sea con o sin "www", **y a Google**, pues **también**, quizá ganes 3 caracteres para las URL's extralargas, pero poca cosa más.

Ahora tengo que decir, **q**ue lo importante no es esto, si no que la **redirección funcione correctamente**, me explico:

Este blog está alojado en el dominio: **http://actualidadydeporte.com**, pero, si tu introduces en el navegador "www.actualidadydeporte.com", cuando cargue la página verás que en tu barra de direcciones aparecerá la primera, y no la segunda, con la sempiterna "www".

Pero, **¿por qué es esto importante?**, pues **por** una razón mucha más poderosa que lo que te pensabas, mi tierno querubín.

Hay veces que **si no redireccionas tu dominio, Google se creerá que hay dos dominios distintos,** y**,** a su vez, que ambos tienen exactamente el mismo contenido**, y te penalizará por tener contenido duplicado** (aunque sea contigo mismo), ergo, tu PR puede caer más que el Euribor.

Total, por esa perogrullada **hay gente que pierde hasta dos puntos de PageRank** así de buenas a primeras, **perdiendo una relevancia espectacular** para que la gente les encuentre, y claro, eso repercute en las visitas.

Así que ya sabes, **ante todo, re-di-re-cción** (que mola mogollón).

Qué es un feed RSS

Hablo y hablo sin parar de lectores, y ahora voy a hablar de algo que está muy relacionado con ellos, **el feed RSS, ese pequeño desconocido**, que a la par es útil como ninguno. Eso sí, no te asustes, voy a intentar hacerlo con la menor cantidad de tecnicismos posibles, recuerda que eso es divulgación, no es ningún máster (del Universo).

Un feed RSS es, a groso modo, **una herramienta que tienen tus lectores para recibir las actualizaciones de tu blog en su lector de feeds**, el más usado es FeedBurner , sí, también comprado por Google. Y, ¿cómo se ve?, pues fíjate en el sidebar, a media

altura, y podrás verlo en todo su esplendor, c**on tan sólo un click, tus lectores podrán sindicarse fácilmente.**

En definitiva, un feed RSS sirve para que tus lectores habituales, en lugar de hacerles entrar a tu blog a que vean las últimas actualizaciones, se las mandes tú a su lector de feeds automáticamente y ahorrarles el paso**.**

Esto a priori, **puedes pensar que te quitará visitas**, ya que no forzarás a tus lectores a entrar a tu blog, **pero ahí te equivocas**, amigo mío**.**

¿Por qué?, muy sencillo:

1. Tendrás la certeza de que tus lectores reciben todas y cada una de tus entradas, y es probable que las lean todas.

2. Si quieren comentar, tan sólo tienen que pinchar en el título de la entrada en su lector de feeds, y les llevará directamente a tu blog, y ten por seguro que lo harán, a fin de cuentas, son tus lectores.

3. Si les interesa, **les será muy sencillo mandársela a amigos y conocido**s (victoria).

4. Un **feed RSS es comodidad para el lector, lo agradecerá con creces.**

Así pues, es muy importante dar la relevancia que se merece al feed RSS, ya que te puede reportar mucha relevancia, no lo olvides.

Capítulo 6: ¿Qué es el nicho de un blog?

¿Qué es el nicho de un blog?

Dejamos atrás el diseño, que es la parte más subjetiva, y que debe ser desarrollada por cada uno de nosotros, eso sí, siguiendo una serie de pautas generales, y vamos a adentrarnos en el carácter más social de un blog.

Durante este capítulo, va a haber una palabra que se va a repetir hasta la saciedad: nicho.

Y bien, ¿qué es el nicho de un blog?, pues podríamos decir que **es sinónimo de cuota**, o **sector**. Es decir, el nicho de un blog es su espacio dentro de la *blogocosa*, con qué otros blogs de la misma temática está relacionado, dependiendo de los temas que trate, el tono que se utilice y la configuración general del site.

Como puede ver, el nicho **es algo abstracto**, no tiene las fronteras muy claras, pero eso juega a nuestro favor, y además, **es dinámico**, un cambio de diseño, o un cambio sostenido en el tono o en la temática pueden hacer pasar de un nicho a otro con cierta facilidad.

Y, ¿por qué es tan importante el nicho?, pues, a groso modo, porque **tus relaciones con otros bloggers**, es la inmensa mayoría de las ocasiones, **será con otros bloggers de tu nicho**, además será lo más beneficioso, ya que a los lectores de otros blogs que son también de tu nicho, muy probablemente les guste también tu blog, y puedas atraerlos hacia ti, si la calidad de tu blog así lo merece.

En definitiva, un blogger tiene que saber cuáles son los derroteros de su blog, saber por dónde se mueve y hacia qué quiere evolucionar, y que esta **evolución** sea una **constante**, para así saber rentabilizar al máximo su espacio en todos los aspectos.

En días posteriores veremos un poco más acerca de otros aspectos relacionados con el nicho, como son las relaciones con otros bloggers, tu blogroll, o como promocionarse, así pues, permanece atento.

Premia comentar y participar

Este es uno de los puntos que debería ser el ABC de todo blogger.

Ten en cuenta que un blog no es como una web, en la que tú escribes, y se acabó. Aquí, en los blogs, **se premia comentar**, debatir, y a esto es lo que se conoce como *feedback*.

¿Por qué debes premiar el comentar?, muy sencillo, si un lector entra, lee una noticia y se va, es una visita, pero si un lector entra, lee una noticia, le gusta, y te deja un comentario… ¡vaya!, también es una visita, ¿dónde está el cambio?

Aquí entra en juego un punto importante**:** habilita la **suscripción a los comentarios vía mail** (como tiene este blog), y así, en cuanto un segundo lector entre, vea la noticia, y deje otro comentario, el primero de ellos lo verá y podrá responderle (al igual que puedes responderle tu), con lo que, **ya son 2 visitas** (**exactamente el doble** que al principio, no nos dejemos engañar por los números).

Lo interesante de esta actitud es que a la larga se puede tener a varios comentaristas suscritos a los comentarios de una entrada específica, ergo, cuando haya un comentario nuevo, es muy probable que alguno de ellos (no todos) se deje pasar de nuevo para ver ese último comentario.

Aparte de este beneficio directo, hay **otras formas de promocionar** los comentarios, para conseguir que este efecto se magnifique, y, como estoy generoso, te voy a contar cuales son mis tácticas para Dominar el Mundo™:

1. Pon **en el sidebar** (barra lateral) **los últimos comentarios**, así, satisfacerás el ego de tus comentaristas, y será un aliciente para que comenten.

2. Instala el **plugin** para que en tu sidebar salgan los **máximos comentaristas** del mes, así, tus mejores comentaristas saldrán en tu página de portada, y, si tienen un blog, tendrán un bonito enlace. No tardará mucho en haber una guerra para quedar primero.

3. Instala el **plugin "Do follow" para comentaristas**, esto hará que, por cada comentario, haya un enlace real para ese comentarista, ten por seguro que todo aquel que tenga un blog y lea una noticia tuya, te dejará su comentario.

Este último punto es bastante polémico, pero a mí me ha servido para, en sólo 3 meses, tener un PR=3, esto se traduce en más relevancia en buscadores y más visitas, además de varios comentaristas fijos (fíjate en el sidebar), con lo cual, por ahora, la táctica me funciona.

Enlaza tus fuentes

Si has leído alguna de las entradas de esta serie, sabrás que doy mucha importancia a dos conceptos:

1. Lectores.

2. Contenido original.

Pero, dentro de estos dos puntos, hay multitud de temas que conciernen a los dos, y estos son los más importantes.

Uno de ellos es enlazar a las fuentes de consulta, pero **¿qué es enlazar tus fuentes?**

Muy sencillo, al escribir artículos, muchas veces los hacemos desde el principio hasta el final nosotros mismos, pero otras muchas, **nos basamos en otra información** para dar nuestra opinión (segundo punto de los de arriba), en ese caso, debemos ofrecer al lector (primer punto) nuestras fuentes, para que él también pueda hacerse una idea.

Citar a otro blog, site, o agencia **no es una deshonra**, como muchos bloggers creen, al contrario**, es ofrecer un valor añadido**, dar a comparar al lector tu contenido con otro, es decir, es poco menos que **una competición**, y creo que ahí vienen los miedos de los bloggers que no citan sus fuentes.

Ergo, para hacer un blog de calidad, nos vemos obligados a informar de donde sacamos nuestra información.

Aparte de este punto principal, **hay otro añadido**:

Al citar nuestras fuentes, es muy recomendable **mandar un trackback o pingback** a la fuente de origen, este es un método que en la edición de contenidos de Wordpress tiene un punto aparte (Enviar Trackbacks), ¿**para qué** sirve?

Muy sencillo, al enviar un trackback a una dirección donde hemos sacado una información, al administrador del site le llegará un comentario donde dice quien le ha citado.

Lo normal es que **ese comentario se quede en la entrada original**, así que, quizá puedas arrastrar algún visitante que, si le gusta lo que escribes, a la larga se convertirá en lector.

Además, normalmente (y lo digo por propia experiencia) **el administrador del site citado va a ver el otro blog**, a ver que dicen sobre él, y, si le gusta, lo más normal es

que deje un comentario en tu blog y bueno, así puedes ir aumentando tus amistades blogueras.

Así pues, nunca, NUNCA te olvides de citar tus fuentes.

Tu blogroll

¿Qué es el blogroll?, sencillo, es un widget (sinónimo de "cosa") que se coloca en la barra lateral, y **deja entrever los otros blogs con los que tienes relación**, o bien los otros blogs que sigues o te gusta leer.

Entonces, **¿por qué es tan importante?**, la respuesta es múltiple:

- Es importante **porque deja entrever que eres humano**, algo muy poco común entre los bloggers en general, y que tienes relaciones (sexuales o no) con otros blogs, lo cual siempre es un añadido.

- Es importante porque los bloggers que escriben en los blogs que cites se sentirán halagados, y **quizá pongan un enlace tuyo en su blogroll.**

- Es importante para que el **lector vea que otras cosas te gusta leer, porque quizá a él también le interesen**, y esto no significa que tu vayas a perder un lector, si no que un amigo va a ganar uno.

Con lo cual, **el blogroll**, en definitiva, **da personalidad a tu blog,** una personalidad que debería ser única, y ese es tu gran valor añadido.

Además, **se suele entrar en un círculo vicioso** de ir agregando a bloggers amigos**,** que ellos te agreguen, y a su vez, te descubra otro nuevo blogger para continuar el círculo, lo cual es muy importante en el mundo de la promoción.

Mañana hablaremos sobre como relacionarse con otros bloggers, así que hoy voy a llegar hasta ahí para no pisar más el tema…

Relaciónate con otros bloggers

En cualquier aspecto la relación con **otras personas** que realizan la **misma actividad** que tu siempre es beneficiosa, pero, en el caso de los blogs, podríamos decir **que es vital**, sobre todo si estás empezando.

Y es que no es lo mismo empezar sólo, sin que nadie te conozca, y que tus (pocas) visitas dependan sólo y exclusivamente de Google y de la gente que te encuentra a través de allí que empezar con un apoyo, ya que, si conoces a otros bloggers, se pasarán por tu blog a comentar, incluso puede que te pongan en su blogroll o te citen en su blog, haciendo que sus lectores también te conozcan a ti.

Además, **puedes y debes aprender mucho** de los blogs que sigues, puedes fijarte en las distintas técnicas que usa cada uno y extraer los conceptos que te interesen, así como fijarte en el diseño y también extraer ciertos conceptos, ten en cuenta que muchas veces no sabemos realmente lo que queremos, si no que sólo sabemos lo que no queremos, y cuesta llegar a la meta.

Ahora viene la pregunta del millón: **¿cómo quieres que me relacione con alguien si no conozco ningún blog?**

Para eso hay múltiples opciones, te voy a dar algún consejo:

1. La opción manual: es ir a Google y ponerte a buscar temas y artículos que te interesen y, si encuentras algún blog que te gusta, intentar seguirlo. Es tediosa y te hace perder mucho tiempo, pero hay algún purista que le encanta.

2. Ingresa en una comunidad, por ejemplo, yo estoy metido en CincoLinks, he conocido muchos bloggers allí, y, a parte, me reporta alguna visita. Es más, a la larga me hicieron moderador del foro, además aparezco en la portada y alguna sorpresita más que iré desvelando en un proyectillo que tenemos en mente.

3. Utiliza Google Reader, cuando pongas los blogs y sites que seguirás, si quieres el lector de feeds te puede dar una ristra de recomendaciones, alguna vez acierta, y he conocido algún blog por ese método, no lo subestimes.

Vale, **¿y una vez encuentro algún blog que me gustaría seguir?**

Aquí empieza lo realmente duro, si quieres relacionarte con otros bloggers tienes que seguir estos tres pasos:

1. Leer los artículos.

2. Comentar y exponer tu opinión.

3. Si alguien te contesta al comentario (normalmente el administrador), no seas tacaño y devuélvele la respuesta.

Siguiendo estos pasos, verás como tu relación con otros bloggers crece, y así, a medio plazo, también lo harán tus visitas, recuerda que bloguear es una carrera de fondo.

Consejos para promocionarte

He aquí una lista de maldades con las que puedes promocionarte de una forma más o menos sospechosa:

Nivel de Maldad 5: Analízame, y te analizo:

Es tan antiguo como maligno**, simplemente proponle a otros bloggers analizarlos en tu blog y, a cambio, que ellos analicen tu blog en el suyo.**

Lo lógico y normal es que sea algo poniendo los pros y los contras de cada uno, así como una crítica constructiva, así podrás captar lectores hacia tu site y mostrar a los tuyos también algún que otro blog de interés, ten en cuenta que siendo algo recíproco, siempre será bienvenido.

Nivel de Maldad 9: El juego de las PPC:

Cada cierto tiempo, muchos PPC (Como **AdSense**) **saca unos cupones que todo el mundo puede acceder**, lo normal es que sea **entre 50 y 100 €**, con lo cual, te puedes apropiar de ese importe para probar el programa, y ya de paso, sacar unas cuantas visitas. Esta mañana precisamente me llegó un cupón por valor de 75€, que, evidentemente, pienso gastar a ver qué tal funciona.

Pero esto se nos queda corto en maldad como para darle un 9, ¿verdad?, os voy a enseñar un ligero truquito…

La mayoría de estos **PPC permiten alojar hasta 5 cuentas por cada tarjeta de crédito**, así que, **s**i tienes una tarjeta de crédito**,** lo más normal es que puedas poner el código **5 veces en 5 cuentas distintas,** ergo, **un cupón de 50 €, por ejemplo, se convertirá en uno de 250 € repartido**, y no te quiero contar nada si ya tienes varias tarjetas de crédito…

Nivel de maldad 1: Encárgate de esponsorizar un theme de Wordpress:

No es tan efectivo como el resto pero es bastante rebuscado, esponsoriza un theme de Wordpress que te guste, y haz que pongan junto a los créditos la dirección de tu blog, a la larga conseguirás bastante visitas, aunque no es comparable a los dos primeros, puede ser una opción a considerar.

Capítulo 7: Optimización para Google

¿Por qué optimizar tu blog para Google?

Mucho se habla sobre optimizar un site para Google pero, **¿es realmente necesario?**

Vamos a meternos un poco en harina: en un blog normal, y en casi cualquier site, aproximadamente **el 50% del tráfico** que llega se lo proporcionan los motores de búsqueda (Google, Yahoo, Bing…) y, muchas veces, la primera visita de un posible lector asiduo viene por ese medio.

Así que la respuesta inmediata es que sí, es muy importante pero, **¿en qué consiste?**

Sencillo en teoría, se optimiza un website para intentar aparecer lo más arriba posible en Google, que hoy por hoy, es el que monopoliza el asunto.

Para que te hagas una idea, cuando alguien busca un término en Google, la infinita mayoría de **los usuarios se quedan en la primera página**, y, antes de cambiar a la segunda página de resultados, efectúan una nueva búsqueda.

Ergo, el primer paso **es intentar estar entre los 10 primeros**, salir el 11 baja las posibilidades de visita muchísimo.

Pero hay algo más, entre estos 10 primeros, **los que parten el bacalao son en realidad los tres primeros**, al resto les visitan mucho menos, ergo, si quieres hacer una buena optimización, has de quedar entre los tres primeros resultados.

Como comprenderéis, en un mercado tan competitivo **hay una ciencia entera que estudia este fenómeno**, al cual se denomina SEO, que viene del acrónimo inglés Search Engine Optimization (Optimización para Motores de Búsqueda en castellano), hay multitud de empresas que se dedican a ello cobrando unas cifras para nada desdeñables y, es más, yo actualmente me encuentro realizando un curso de SEO, con el que espero mejorar el posicionamiento de este blog y quién sabe qué más.

Así pues, mi humilde opinión es que siempre **hay que intentar optimizar el blog** para Google, ojo**, escribiendo para tus lectores**, ya que es un punto que no puedes dejar de lado, lo primero es el contenido, y lo segundo, la optimización. Ten en cuenta que por mucho que optimices un website, si tu contenido no es bueno, no tendrás buenos resultados.

Os emplazo para mañana, en el que veremos un pequeño apunte sobre SEO.

Pinceladas de SEO

Como dijimos ayer, **el SEO es toda una ciencia, extensísima**, y no es menester, al menos por ahora, poner encima de la mesa un curso de miles de horas sobre el tema (además que no tiene tanta relevancia en esta serie), pero siempre está bien tener en cuenta **las pinceladas básicas.**

Así que hoy intentaré responder a la pregunta: **¿qué puedo hacer para optimizar mi blog para Google sin demasiado esfuerzo?**

Lo primero y fundamental es que tu contenido sea original, eso a Google le gusta un montón, le gusta el contenido único, las URL's únicas, los títulos únicos y todo lo único, así que, **sé único.**

El segundo punto importante es que **vigiles las palabras claves**, **ya que en ellas está la victoria**. Las palabras clave, o keywords, para que te hagas una idea y explicado de andar por casa, es lo que ponen los usuarios en Google para encontrar lo que buscan, ni más, ni menos.

Lo difícil es saber las que van a funcionar, y tienen "menos competencia", ya que si pones, qué se yo, "Beckham" seguramente estés compitiendo con mucha más gente que si pones "ornitorrinco".

Así pues, **te toca investigar, prueba y error.**

También es muy, **muy importante que actualices tu blog**, cuanto más actualices, más tendencia tendrán a pasarse los espías de Google por tu portada ávidos de contenido nuevo.

Además, **tener un sitemap siempre ayuda**, para ello en Wordpress hay un montón de plugins que te pueden ayudar (aquí para verlos)

En definitiva, lo de siempre, contenido original, palabras clave, categorías y etiquetas bien definidas y actualización periódica, como ves, el ABC de todo el curso.

Capítulo 8: ¿Por qué rentabilizar tu blog?

¿Por qué rentabilizar tu blog?

Si lees esta serie es porque tienes un blog, o porque quieres ponerte a hacer uno, y claro, un punto más, una vez consigues montarlo, es rentabilizar.

Hay muchos bloggers que rezan y seguirán rezando por **b**logs libres, sin publicidad, y demás pero, **¿tu tiempo vale dinero?, el mío, intento que sí,** aunque sea una cuestión de fondo.

A la hora de rentabilizar **hay que tener claras varias cosas:**

- Mientras que **con el contenido buscamos lectores,** que es la causa fundamental del blog, a la hora de rentabilizar el concepto "lector" no tiene demasiado valor, **aquí lo que nos interesa es que el ratio de visitas/acción sea elevado.**

- Bien es cierto que se puede rentabilizar un blog desde la primera visita pero, **¿desde cuándo merece la pena realmente hacerlo?**

El primer punto es muy importante, lo que viene a decir es que **no vale de nada colocar millones de banners** y publicidad intrusiva en un blog para ver si alguien se equivoca y pincha, la publicidad debe estar dirigida al que te lee, y no ser intrusiva, ya que, **no olvides que el visitante entra a tu blog a por información**, ni más, ni menos**.**

Así que quita todos los **pop-ups, ventanas emergentes** del infierno**, banners escandalosos** y demás historia**s**, porque lo único que consigues es ahuyentar a tus lectores, **reduciendo el beneficio**.

En cuanto al segundo punto, hay varias formas de rentabilizar un blog, a groso modo:

- Por una parte están los **PPC (Pago Por Click)** como AdSense y compañía, si quieres rentabilizar por este medio, o **tienes unas 500 visitas al día o es tontería.**

- Está la **venta de enlaces**: aquí dependen otras cosas, no tanto tus visitas como el PageRank que tengas, ya que es un dinero fijo al mes, pero de esto ya hablaremos más adelante. **Lo mínimo para que este sistema funcione suele ser PR=3**, y cuanto más, pues mejor, claro.

- **Referidos**: Este es más complicado, se puede rentabilizar desde la primera visita, pero tienes que "vender" bien el sistema de referidos para que sea atractivo, lo suyo es empezar del mismo modo que en los PPC, **menos de 500 visitas diarias** sería prácticamente tirar tu valioso tiempo.

Capítulo 9: Distintas formas de rentabilizar tu blog

Distintas formas de rentabilizar tu blog: los CPC

Hay muchísimas formas de rentabilizar un blog, pero se pueden enumerar en cuatro grandes puntos que iremos viendo poco a poco, hoy nos toca las CPC.

Coste Por Clic (CPC): Quizá este nombre no te diga nada, pero si te digo que el más claro exponente es **AdSense**, seguro que todo cobra sentido.

Es decir, tú usas un espacio para poner un anuncio, y **cada vez que un usuario pinche, te llevas un dinero acordado** por cada clic (fijo o variable).

Es indicado **para sitios con alto contenido comercial** (blogs de tecnología, por ejemplo), pero no es tan efectivo si no hay un producto dentro del blog.

Te estarás preguntando, ¿esto a qué es debido?, sencillo, **la publicidad de este tipo es contextual**, esto quiere decir que se fija en el contenido de tu blog para ofrecer unos productos, y claro, será mucho más efectivo si en un artículo sobre una netbook sale un anuncio de un PC, por ejemplo, que si en una reflexión sobre astronomía salen telescopios, por ejemplo.

Las **visitas mínimas** para conseguir algo de rentabilidad son unas **500 al día**, si tienes menos que eso, prácticamente estarás tirando tu espacio.

Pero la vida no se acaba en Google, además de AdSense hay otros muchos programas, como son Zanox, BidVertiser, AdBrite, Infolinks y muchos otros, tan sólo busca y encuentra el que más te conviene.

En próximas capítulos, aún nos quedará por ver la venta de enlaces (backlinks), los referidos, y la publicidad directa, así que permanece atento para no perdértelo.

Distintas formas de rentabilizar tu blog: venta de enlaces

Este sistema difiere completamente del CPC que vimos ayer, en lugar de pagarte por cada clic, l**o que haces es vender un enlace en una página de tu blog, a cambio de un dinero fijo al mes**.

Normalmente este precio **suele estar ligado** a varios parámetros, como son el **PageRank, el ranking de Alexa** y algún otro parámetro de relevancia, aunque estos dos son parte fundamental del algoritmo.

A mí me gustan mucho más que el CPC por varios motivos:

1. Es un dinero fijo, no variable como el CPC.

2. No es intrusiva, los enlaces se quedan en su hueco en el sidebar y listo.

3. Realmente se puede ganar dinero.

Como todo, **también tiene contras:**

1. Las campañas suelen tener requisitos mínimos de PR y Rank Alexa.

2. Es más a medio plazo, a veces se tarda un poco de tiempo en vender los enlaces.

Mi experiencia personal con la venta de enlaces es muy positiva, mientras que **con** AdSense no sacaba absolutamente nada, fue empezar a **vender enlaces** y en este, que es **mi primer mes**, con este blog que tiene una antigüedad de tres meses, voy a sacar unos **100 €**, algo que no está nada mal para un blog de estas características y con estas visitas, pero como siempre, te insto a que pruebes.

Dos compañías españolas importantes en esto de la venta de enlaces son **eXponsor y LinkLift**, si te animas, te insto a que te registres en ambas, mi **código de afiliación en eXponsor** es **10EAA8B5**, LinkLift no tiene referidos pero también merece la pena, así que, no lo dudes y prueba en ambas.

Una consideración importante en la venta de enlaces: **recomiendo que no vendas enlaces en la portada**, **si no en los post**, porque así las opciones de que te pille Google decrecen hasta infinito y esos enlaces pasarán inadvertidos.

Las distintas formas de rentabilizar tu blog: Referidos

Esta es, digamos, la tercera vía de rentabilización al uso de tu blog, además de los CPC's y la venta de enlaces, pero poco tiene que ver con ellas, ya que tiene muchas diferencias de base.

Mientras en los CPC's y en la venta de enlaces, básicamente tu pones los anuncios y dejas que crezcan, con los referidos hay que tener un cambio de mentalidad, ya que lo que **se premia es una acción** por parte del visitante.

Es decir, tu, como webmaster, te llevas un dinero cuando el visitante pinche el enlace de referido y se registre, es decir, cuando se interese por el producto.

Por esto, para tener éxito con los referidos, **hay que saber venderlos**, colocar los enlaces de forma precisa y bueno, también tener un poco de suerte.

No hay que subestimar este programa ya que, aunque es relativamente **más complicado de rentabilizar** que los CPC's y la venta de enlaces, si te sale bien la jugada puedes tener una **rentabilidad mucho más alta** que por los otros métodos.

Ten siempre en mente la máxima de este sistema de rentabilizar tu blog: **el peso está en ti,** así pues, si quieres darte por esta vía, cúrratelo como nunca.

Personalmente, estoy probando con este método (puedes verlo aquí) y, aunque aún no le estoy poniendo demasiada atención, algún referido va cayendo, que no está nada mal.

Estrategias para este tipo de programas hay de todo tipo, desde las más agresivas, que es directamente crear un blog sobre este tipo de campañas e intentar sacar referidos de todas ellas, a otras más sutiles, como dejar caer de cuando en cuando algún enlace en tus artículos que vayan a tu explicación sobre lo bueno que es tu programa de referidos.

Ni que decir tiene, que hay programas de este tipo hasta la saciedad, no sólo sobre programas sobre ganar dinero (como BeRuby), si no de muchos temas, como la venta de libros electrónicos, por ejemplo.

Como siempre digo, lo suyo sería que **no desesperes**, y que, ante todo, pruebes cada una de las posibles formas de rentabilizar tu blog, para así decidir cuál es la que más te conviene.

Distintas formas de rentabilizar tu blog: Venta directa

También conocida como "la cuarta vía", es una forma de rentabilizar muy simple: **¿para qué me va a gestionar otro la publicidad si puedo hacerlo yo mismo?**

Los beneficios directos, es decir, por cada banner o enlace son mucho mayores, ya que **nos quitamos a los intermediarios** de un plumazo, que siempre está muy bien**.**

Pero tiene **varios contras**:

- Es **complicado encontrar anunciantes** a no ser que tu site sea realmente grande (y por lo tanto, caro, algo que no entiendo de los anunciantes, pero así es)

- Se necesita **mucho tiempo para promocionar.**

Hay **varias formas de intentar encontrar anunciantes**, pero os voy a resumir las dos prioritarias:

- **Ir buscando a las posibles empresas interesadas** y ponerse en contacto con ellas: es el método más directo, pero claro, es el que más esfuerzo necesita y la rentabilidad no está asegurada.

- **Poner un anuncio en algún portal de compra (eBay, por ejemplo)** y esperar a que vengan los anunciantes. Quizá los primeros meses no saques demasiado, pero luego, si tu producto es bueno, se pegarán por ti.

Luego hay **otros métodos** más minoritarios, que son **las donaciones**, de pueden dar porque sí, que es bastante improbable en el público hispano, o bien ofrecer un servicio a cambio.

Este blog **por cada donación da un enlace permanente**, pero por ahora, incomprensiblemente, nadie se ha agarrado a él, pero hay otras formas.

Una muy original que vi hace un tiempo consistía en un tipo que, **al final de cada artículo, ponía una frase que era algo parecido a (hablo de memoria): "Si te ha gustado, invítame a una cerveza",** el cual llevaba a una página de Paypal para que hicieras una donación de un eurillo. Desconozco la rentabilidad de ello, aún no lo he usado (pero seguramente lo pruebe), pero es una manera muy original de intentar rentabilizar.

La vía definitiva para rentabilizar tu blog

Ya tenemos claro por qué rentabilizar el blog, y están expuestos los métodos más usuales para ello, **tenemos los CPC**, **venta de enlaces**, **referidos y la venta directa, pero ¿cuál de ellos es más provechoso?**

Pues lo normal es que si tu blog va sobre productos, lo más rentable sean las CPC, y si tu blog es un contenido más abstracto (como este blog), lo normal es que te funcione mejor la venta de enlaces.

Pero **ten en cuenta que siempre,** y cuando digo siempre es siempre**,** no se sabe por qué caprichosa razón del Universo**,** los astros se conjuran y un **blog que debería rentabilizar en uno de los apartados, resulta que lo hace mejor en otro.**

Así pues, mi consejo es que **experimentes con las cuatro variantes,** veas cual es más rentable, y decidas.

Ojo, **ni se te ocurra descartar ninguna, todas son iguales de importantes** (si no, no existirían), y **las tendencias pueden ir cambiando**, así que en esto de la rentabilidad, mi consejo es que no pares de experimentar.

Para Actualidad y Deporte **estoy usando actualmente la venta de enlaces y los referidos**, con el primero me va bastante bien, pero no con el segundo, aún así, no voy a dejarlo, si no que voy a seguir investigando en otros programas de referidos para ir complementando e ir buscando la fórmula mágica.

Los **CPC y la venta directa lo dejo para más adelante, en cuanto consolide un poco el blog,** porque cuatro meses son pocos como para haberlo probado todo, ¿no crees?

Capítulo 10: Conclusión y despedida

Hasta aquí hemos llegado

Bueno, ya llegaste al final, con todos estos consejos, razones y buenas prácticas tienes todo lo que hay que tener para empezar a montar un blog, pero ojo, este es un manual muy básico, lógico y un poquito de perogrullo, aún así, te da todo lo necesario para saber qué hacer y qué no hacer con tu blog.

Como te llevo diciendo desde el principio, no hay ninguna fórmula mágica, siempre, y cuando digo siempre es siempre, hay que experimentar, probar y decidir por uno mismo, esto no es más que una guía sobre en qué dirección experimentar, y saber hacia dónde tienes que encaminar tus esfuerzos, para que no sean en vano.

Así que, ya sabes, pon las cosas en práctica, pero no te olvides de tu propia personalidad, eso es lo que te hace diferente.

Un poquito sobre mí

Si llegaste hasta aquí, quizá te interese saber un poquito más de mi, al menos en cuanto a mi vida junto a los blogs (lo siento, pero no habrá fotos desnudo).

Mi pequeña carrera, más bien sprint con los blogs empezó hace unos tres ó cuatro años, es decir, aproximadamente entre el 2005 y 2006, por aquel entonces el fenómeno blog en España era cosa de cuatro frikazos y bueno, me decidí a empezar a experimentar en varios dominios y alojamientos gratuitos que fui dejando al poco tiempo, debido a que todavía eran demasiado complicados y simplones para alguien que no tenía ni idea de código puro y duro.

Luego, allá por el verano de 2007 comencé a tomármelo más en serio, e inicié un blog en Blogger, aún sin dominio propio en el que estuve durante un año experimentando sin parar, plantillas, contenidos y demás, pero aún era muy amateur y básicamente no sabía lo que hacía.

De todas maneras, en este año aprendí mucho sobre el tema, y me fueron quedando claros muchos conceptos importantes.

Después de esto llegó el gran cambio, corría el julio de 2008, me apropié de un dominio y un alojamiento propio, y convencí vilmente a tres buenos amigos más, que también tenían blog propio en Blogger y Wordpress para unirnos los cuatro e intentar hacer algo más grande.

De todo esto surgió Es Algo Personal, y todo comenzó a crecer, vinieron los calentamientos de cabeza propios de pegarnos con funciones y código que no conocíamos, y si no llega a ser por NiCk_ lo hubiéramos dejado, ¡menos mal que él sí que sabía de pegarse con el código!

Poco a poco fuimos creciendo, haciendo las cosas mejor, después de unos meses se nos unió un quinto editor, pero unos meses después nos quedamos en tres, los cuales aún seguimos dándole duro, y aprendimos, aprendimos y aprendimos.

Durante este proceso tuve la oportunidad de hacer un blog comercial con una empresa de publicidad, cuyo nombre no diré por razones que luego comprenderás.

El blog tenía muy buena pinta, era un blog tecnológico sobre iPhone, y me permitió aprender muchas cositas sobre tecnología, pero esta empresa en cuestión, que se dedica a la publicidad, se creía que esto de los blogs era tan sencillo como soltar la cagada y que te lloviera el dinero. Evidentemente, no es así, si quieres rentabilizar un blog tienes que currártelo, y mucho, ¡muchísimo!, así que, en menos de un año decidieron abandonar el proyecto y dejarlo huérfano.

No guardo muy buenos recuerdos, aunque tampoco malos de ellos, pero claro, no querría darles publicidad inmerecida.

Pero esto no es todo, ni mucho menos, en Agosto de 2009 daba a luz mi nuevo proyecto, Actualidad y Deporte, un blog que empezó siendo una cosa y luego fue evolucionando.

La idea inicial era ser crítico con la actualidad y realizar análisis sobre el mundo del deporte, pero me di cuenta que no funcionaba.

Tuve la alegre casualidad de registrarme en una comunidad de muy reciente creación llamada Cinco Links, la cual está enfocada a ayudar a bloggers que están empezando (y que si no estás registrado, te recomiendo fervientemente que lo hagas) y en poco tiempo, gracias al foro y al sistema de participación, tuve más contacto con los usuarios y con el administrador del site, tanto es así que a los pocos meses me hizo moderador del foro y bueno, digamos que un poco asistente del site, además de tener un estrecho contacto con él.

Gran parte de culpa de este manual es suya, ya que, después de ver y ver la cantidad de blogs que tenían los usuarios pensé en crear esta serie de consejos.

Así pues, esta serie acabó incrustada en un blog que a priori iba a dedicarse a la actualidad y el deporte, cosas de la vida.

Luego, otra evolución del blog fue que me di cuenta que las entradas humorísticas tenían mucha más aceptación, ya fuera por mi forma de escribir, o porque estoy hecho todo un payaso y un capullo, y lo que se me da mejor es escribir idioteces, así que comencé a meter un componente humorístico importante en las entradas, si bien siguen hablando de la actualidad y siendo crítico, pero con un tono que quizá haga más daño incluso.

Y aquí estoy, en la Navidad de 2009 terminando este manual, con un cambio de diseño del blog en la cabeza y pensando en cómo seguir evolucionando, para seguir aprendiendo, y que esto de los blogs me siga gustando tanto o más que ahora.

Próximos proyectos

Como soy un culo inquieto, aún no he terminado esto y ya estoy mirando hacia lo próximo, qué, si bien no puedo decir exactamente lo que será, sí que puedo dar unas pequeñas pinceladas.

Por una parte Es Algo Personal seguirá evolucionando, pero aún no tenemos muy claro hacia dónde encaminarnos, con lo cual, queda el futuro abierto.

Por otra parte, Actualidad y Deporte sí que tiene una evolución clara, al menos en mi cabeza: visto que los artículos con un tono más humorístico funcionan muy bien seguro que seguiré esa línea, y, cuando sea posible, me referiré a la actualidad en ese tono, que es mucho más sangrante que lanzar improperios, pero no descarto comenzar a colar pequeños ensayos y noticias en un tono mucho más jocoso y que no tengan que ver con la actualidad, si no que sean meras invenciones.

Por otro lado, ando enfrascado en estos momentos en un curso extraordinariamente bueno y largo sobre SEO, que me va a llevar algunos meses, y claro, espero que me reporte algún beneficio, aunque sea “tan solo” en el posicionamiento.

Dicho esto, sólo me queda recordarte el mejor consejo que te puedo dar: seguir todos los días Actualidad y Deporte y Es Algo Personal (el orden es lo de menos), esa sí que es la garantía del éxito.