



[Comprar el libro o audiolibro](#)

Entrenamiento intensivo para blogueros

Aprenda a crear, escribir y operar un blog exitoso

(Bloggers Boot Camp)

Charlie White y John Biggs • Focal Press © 2011 • 224 páginas

Marketing / Marketing de contenido / Blogging corporativo

Marketing / Marketing de redes sociales

Ideas fundamentales

- Para crear un buen blog, debe identificar su nicho.
- Su nicho es un tema en el que usted es experto, que le interesa mucho y que puede usted cubrir a fondo para desarrollar su personalidad bloguera.
- Los blogueros son un tipo especial de periodistas, cuyo propósito es informar.
- Esté preparado para publicar un mínimo de mil palabras en su blog todos los días.
- Use las plataformas de blog existentes o publique en su propio servidor.
- WordPress, Tumblr y Blogger son programas de blog gratuitos.
- Use palabras clave y manténgase activo en las redes sociales para mejorar su SEO (optimización de motor de búsqueda, por sus siglas en inglés), promover su blog y atraer tráfico.
- Sus oportunidades de obtener dinero aumentarán conforme crezca su blog.
- Bloguear requiere que tenga usted en cuenta aspectos como la calumnia y el libelo.
- Cuando su blog se vuelve exitoso, puede contratar escritores independientes para que escriban el blog por usted.

Reseña

En las manos correctas, un blog puede ser inspirador, instructivo y entretenido. Florecen demasiados blogs, pero desaparecen a días o semanas de haber iniciado, cuando sus creadores, aburridos los abandonan. Si usted ambiciona tener un blog y quiere que éste dure, Charlie White y John Biggs pueden mostrarle con precisión cómo proceder. Estos blogueros veteranos cubren los elementos que se requieren para un gran blog: buen software, escritura chispeante, reportajes incisivos y más. Los autores explican cómo, con esfuerzo y diligencia, su blog también podría darle a ganar dinero. Estilísticamente, el libro sería más fácil de leer si tuviera mayor espacio blanco entre los bloques de texto. Aunque los consejos de los autores pueden resultar muy básicos para blogueros expertos, *getAbstract* recomienda su guía a principiantes ansiosos por crear sus propios rinconcitos en Internet.

Resumen

¿Tiene un nicho? Ya puede empezar a bloguear

Un blog que divaga y formula opiniones sobre todos los temas no es un blog, es un diario personal y a la larga dejará de ser interesante. Los creadores de esos blogs a menudo se fastidian y dejan de escribir, y los esfuerzos realizados se quedan abandonados en la red. Por definición, los blogueros son legos, no profesionales, pero los buenos blogueros conocen su campo temático y practican un nuevo tipo de periodismo. Un blog respetable explora un nicho, es decir, un área de interés o mercado especializado que puede usted explicar sucintamente, o expone un punto de vista único.

“Bloguear todavía es el dominio de aficionados dedicados”.

Antes de que elija un nicho, hágase cuatro preguntas:

- **¿Quién es usted?** – Usted debe ser un creador motivado y comprometido a invertir esfuerzo diariamente en un blog. Es bueno ser inmune a las críticas.
- **¿Qué tema conoce usted bien?** – Dominar su tema, especialmente uno poco común, le da ventaja sobre blogueros rivales.
- **¿Qué lo apasiona?** – Ame su nicho. Nunca debe aburrirlo.
- **¿Acerca de qué va a escribir?** – Escoja aspectos únicos de su tema, ángulos interesantes que sus competidores quizá no han considerado.

“Todo lo que tiene que ver con los blogs se está haciendo sobre la marcha”.

Publique en su blog todos los días, en ocasiones más de una vez al día. Desarrolle una voz y apéguese a ella. Establecer un estilo correcto lo ayuda a destacar entre la multitud y a no ser irritante, malo o tonto. Una vez que encuentre su estilo y su voz, su escritura se irá puliendo más con el tiempo.

Las herramientas

Después de determinar su nicho, seleccione un nombre de dominio para su blog. Considere palabras que describan o expliquen su tema. Registre su nombre en GoDaddy.com, pero pruébelo primero buscando nombres a fin de asegurarse de que nadie está utilizando el que usted quiere.

“Bloguear en su nivel más básico es llevar un diario en línea”.

Si no está familiarizado con la configuración de una página web y no sabe HTML (lenguaje de marcado de hipertexto, por sus siglas en inglés), recurra a una plataforma de blog ya hecha en línea. Estas configuraciones son fáciles de usar, pero, a diferencia de una página web que usted crea en su propio servidor, corre el riesgo de perder el control del trabajo. Si la plataforma deja de funcionar, todo lo que ha hecho podría desaparecer. Tumblr, Blogger, WordPress, LiveJournal y SquareSpace son buenas plataformas. Recuerde: siempre guarde archivos de respaldo de su material escrito.

“El blog es un medio animado. Tiene un ciclo de vida y un ritmo”.

Dependiendo del tipo de blog que vaya a hacer, considere invertir en: una tarjeta inalámbrica, de modo que pueda usted escribir mientras viaja o se encuentra lejos de su escritorio; un software de edición de imágenes, tal como Adobe Photoshop; una cámara digital, una grabadora de video y una de audio, y herramientas de escritura y de reconocimiento de voz, si no es usted muy hábil con el teclado.

El talento

Haga que sus publicaciones de blog sean breves y se puedan escanear fácilmente, ya que los visitantes quizá lean superficial y rápidamente. Es probable que entren en su blog porque ya están interesados en su nicho, así que ahora esperan claridad y diversión.

“Bloguear... es periodismo escrito en un plazo corto”.

La decisión de bloguear es un compromiso. Puesto que sus lectores demandarán material nuevo, asegúrese de estar dispuesto a escribir un mínimo de mil palabras diarias. Nunca deje su blog sin renovar durante días o semanas. Que su lema sea EPS: estar publicando siempre. Agregue imágenes y video, son especialmente efectivos si está usted demostrando una habilidad, documentando una reunión, o entrevistando a una celebridad o a un experto.

“Un blog que no ha sido actualizado durante días es un blog enfermo. Un blog que no ha sido actualizado durante un mes es un blog muerto”.

Cuando inicie su blog, considere hacer una publicación introductoria, para explicar por qué está usted haciendo un blog y por qué eligió su tema. Dé antecedentes: su profesión, qué le gusta hacer para divertirse y dónde vive. Cree una página de contacto para que sus lectores le escriban. Junto con su correo electrónico, mencione su cuenta de Twitter, página de Facebook y otras redes sociales.

“Google está buscando tres cosas en su contenido: pertinencia, carácter único y frescura”.

Entienda que no está haciendo periodismo *per se*, su trabajo tal vez no cubra nuevas historias ni explique un tema desde cero como han de hacerlo un periódico o las noticias. Sin embargo, debe basarse en pautas periodísticas para ser comprensible y creíble. Aunque no informe noticias, está usted aportando algo único a la conversación con sus lectores. Revise su escrito escrupulosamente.

“Es necesaria alguna forma de hacer comentarios con moderación, aun si se siente como censura”.

Para encontrar historias que contar, considere utilizar los siguientes recursos:

- **RSS (Servicio sindicado de noticias simplificado, por sus siglas en inglés)** – Este mecanismo le permite elaborar una lista personalizada de nichos relacionados de información de recursos que usted puede revisar para obtener ideas e inspiración para sus entradas de blog.
- **Twitter** – Las publicaciones de los sitios que ha seleccionado le darán una lista de las historias más populares. Use la búsqueda avanzada de Twitter para obtener material de referencia.
- **Tendencias de búsqueda de Google** – Esta actualización acerca de lo que la gente busca en línea proporciona ideas útiles acerca de las áreas de interés del público dentro de su nicho.
- **Comunicados de prensa** – Los departamentos de relaciones públicas publican comunicados de prensa corporativos con sus novedades.
- **Conferencias y exposiciones comerciales** – Estos sitios web pueden darle información privilegiada si, por ejemplo, usted bloguea acerca de los productos que se exhibirán.
- **Consejos** – Publique una dirección de correo electrónico en su blog donde los lectores le envíen indicaciones.
- **Agregadores** – Google y otros sitios web abrevian noticias que pueden adaptarse a su nicho.

Encabezados

Cuando selecciona un tema, el titular desempeña un papel crucial para despertar el interés e incitar a las personas a leer. Titulares concisos deben guiar al lector en la historia. Plantee una pregunta, escriba sobre algo gracioso, raro o excéntrico; cree una lista; o conmocione a sus lectores.

“El mejor consejo es abstenerse de escalar conflictos, más bien disípelos dondequiera que sea posible y responda a la violencia verbal con silencio la mayor parte del tiempo”.

En el cuerpo de la publicación aplican varias reglas, empezando por la gramática, la ortografía y la puntuación sin errores. Escriba una prosa tersa y convincente. Absténgase de utilizar expresiones gastadas que todo el mundo usa. Para evitar poner distancia física entre usted y su audiencia, no se dirija “a todos ustedes los lectores”. Para eludir la siempre presente “trampa del cinismo”, opte por noticias directas para que no se sienta tentado a infundir su opinión. Siempre ofrezca una mezcla de publicaciones, tales como:

- **Análisis** – Su opinión sobre productos y servicios dentro de su nicho.

- **Reportajes** – Publicaciones largas, como biografías. Divida un reportaje en publicaciones individuales más cortas si piensa que usar capítulos pequeños mejorará la lectura.
- **Listas** – Los 10 mejores de su campo temático, para dar información en trozos de fácil comprensión.
- **Encuestas o cuestionarios** – Animan a los lectores a unirse en la conversación.

El mundo de altibajos de los comentarios de blog

En el pasado, los lectores de periódicos y revistas enviaban cartas al editor, esperando que se publicaran. En Internet, los lectores hacen comentarios instantáneamente para que todos los vean. Una gran cantidad de comentarios significa que ha tenido muchos visitantes. Puesto que usted es responsable de moderar los comentarios, establezca parámetros para sus participantes desde el principio. Publique una lista de reglas para saber qué comentarios eliminará y qué contenido permitirá que permanezca. Los comentarios tienen valor, no los borre salvo si son correo basura o abusivos.

“En general, no venda publibreportajes. Finalmente no ayuda a nadie y lo hace verse como embaucador”.

Es posible que reciba comentarios hostiles si: 1) manifiesta una opinión impopular; 2) pronuncia juicios negativos sobre un producto o servicio que gusta a la mayoría; 3) provoca o intenta molestar a propósito; 4) responde negativamente a observaciones negativas, o 5) irrita a un fanático que defenderá lo que usted critica sin importar lo que sea. Aunque se puede entablar conversación con los comentaristas, la mejor manera de tratar con un participante abusivo es no involucrarse en absoluto.

Expanda su audiencia

Para aumentar su número de lectores, aproveche la manera en que Internet lleva a los lectores a su blog. Los motores de búsqueda harán el trabajo. Domine los principios básicos de SEO. Use palabras clave para, de modo que su vínculo aparezca cuando un lector potencial consulte un tema relacionado. Para obtener consejos sobre cómo buscar palabras clave populares, revise la herramienta externa de AdWords de Google.

“Como periodista extraordinario de Internet, su opinión no está a la venta”.

Subir constantemente nuevas publicaciones con su sesgo singular y mantener la aplicabilidad de su blog a temas candentes ayudará a su SEO. Además de crear copias únicas con términos frecuentemente buscados, promueva su blog en las redes sociales.

Gane dinero

Entre las maneras para ganar dinero con los blogs, se incluyen las siguientes:

- **AdSense** – Este programa de Google le paga a por permitir anuncios pertinentes en su blog.
- **Ventas de afiliados** – Reciba comisiones proporcionando un vínculo que sus lectores pueden usar para comprar un producto que usted recomienda.
- **Red de publicidad** – Los blogueros exhiben anuncios con base en sus vistas de páginas colectivas. Para participar, debe alcanzar un mínimo de páginas vistas.

- **Ventas de anuncios personales** – Prepare un informe dirigido a los medios y muéstrselo a algunos anunciantes para que compren espacio en su blog.
- **Comercialización** – Cree un producto basado en su blog y véndaselo a sus lectores.
- **Botón de donación** – Incluya un botón de recaudación para que los lectores puedan apoyar su trabajo, comprar su producto o contribuir a su causa.
- **Monetización indirecta** – Su blog puede alentar a que lo inviten para que hable en eventos o realice trabajos independientes.

Ética

Un blog requiere ciertas consideraciones éticas. Primero, debe entender que libelo es una mentira por escrito, mientras que calumnia es una mentira expresada oralmente. La mayoría de las acusaciones de libelo nunca llegan a los tribunales, pero debe asegurarse de que todo lo que escriba es correcto. Las regulaciones que protegen a los periodistas para no revelar su fuente no están vigentes en todas las jurisdicciones. Averigüe si una ley de este tipo protege su trabajo. La transparencia es la mejor estrategia.

Llevar un blog en grupo

Cuando su blog se vuelva exitoso, es posible que pueda contratar escritores independientes que lo ayuden. Por lo general, esto es una opción cuando sobrepasa mil visitas a su página por mes. En ese punto, puede considerar blogueros adicionales, pero sólo a los que estén dispuestos a adherirse a los principios fundamentales de su blog. Sus escritores deben ser personas con iniciativa que puedan producir escritos frecuentes en el momento oportuno. Usted puede imponer los temas de sus publicaciones o permitirles que ellos los propongan. Utilice el correo electrónico para solicitar a sus lectores consejos para temas e historias, y asigne esos temas a su equipo. Considere utilizar software de gestión de proyectos para ayudarse a coordinar el trabajo. Cualquiera que sea el sistema que use, páguele a su equipo de manera justa, lo mejor es una tarifa fija mensual. Comuníquese con ellos de manera eficaz, principalmente en línea, pero en ocasiones por teléfono.

“Los blogueros con frecuencia reciben cartas de cese y desistimiento por una y sólo una razón: los rumores que están informando son ciertos”.

Ya sea que usted maneje su propio blog o que escriba para un blog establecido, siga estas reglas de oro: “trate a los demás como le gustaría que lo trataran a usted” y “no sea tonto”.

Sobre los autores

El periodista y productor de televisión **Charlie White** es jefe de editores del popular blog Mashable.com. El experto en tecnología **John Biggs** es reportero de *The New York Times*.



¿Le gustó este resumen?
Comprar el libro o audiolibro
<http://getab.li/19952>

Este resumen puede ser leído por Tesco empleados.

getAbstract asume completa responsabilidad editorial por todos los aspectos de este resumen. getAbstract reconoce los derechos de autor de autores y editoriales. Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este resumen puede ser reproducida ni transmitida de ninguna forma y por ningún medio, ya sea electrónico, fotocopiado o de cualquier otro tipo, sin previa autorización por escrito de getAbstract AG (Suiza).