



BLOGPOCKET.COM

**CÓMO EMPEZAR UN BLOG
DESDE CERO**

INÍCIATE EN LOS BLOGS

**POR ANTONIO CAMBRONERO
@BLOGPOCKET**

*"Todo el mundo tiene algo que decir y
siempre hay alguien dispuesto a
escuchar"*

**¿QUÉ ES UN BLOG? ¿QUÉ ES UN
CMS? ¿QUÉ ES UN THEME? ¿QUÉ ES
UN PLUGIN? ¿QUÉ ES SEO?**

Iníciate en los blogs. Como empezar un blog desde cero.

Antonio Cambronero



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Contents

1 Empezando desde cero	5
¿A quién está dirigido este manual?	5
2 ¿Qué es un blog y por qué deberías crear uno para tu negocio o proyecto personal?	6
¿Qué es un blog?	6
Razones para tener un blog	6
¿Por qué deberías crear un blog personal?	7
¿Por qué deberías crear un blog para tu negocio?	7
Por dónde empezar	7
Conclusiones	7
3 Qué es un CMS y qué papel juega la plataforma de blogging en un blog	8
¿Qué es un CMS?	8
Funcionamiento básico de un CMS	9
Ejemplos de CMS	9
Un poco de historia	9
Las plataformas no auto-alojadas ¿son CMS?	9
Conclusiones	10
4 Cómo saber elegir la plataforma de blogging según los objetivos que tengas para tu blog	11
Plataformas de blogging existentes	11
Requisitos: dominio y hosting. ¿Cuándo son necesarios?	12
Dominio: ¿sí o no?	12
Conclusiones: por qué WordPress.org es la mejor herramienta para implantar tu blog profesional	13
5 Cómo estructurar la información en un blog y cómo organizarlo	15
Estructurar la información en un blog: Cuál es el esqueleto de un blog	15
Estructura de la información en un blog	17
Sobre el contenido duplicado	19
Conclusiones	19
6 Qué es un theme y cómo personalizar el aspecto de tu blog	20
Contenido vs presentación	20
HTML y CSS	20

Plantillas en Blogger, WordPress.com y WordPress.org	21
Themes de WordPress.org	21
¿Qué es un framework?	21
Conclusiones	22
7 Qué es un plugin de WordPress y cómo extender las funcionalidades de tu blog hasta límites insospechados	23
Widgets vs plugins	23
Los plugins en WordPress.org	24
Aprendiendo PHP	24
Los plugins imprescindibles	24
¿Qué es JetPack?	25
Conclusiones	25
8 Qué es SEO y cómo conseguir que tu blog tenga más visibilidad	26
Qué es un buscador	26
Qué es SEO	26
Algoritmos de Google	26
SEO on-page vs SEO off-page	27
Cómo orientar un blog para que posicione bien hoy	27
SEO para WordPress	28
Conclusiones	28
9 Ejemplos de blogs	29
La Blogosfera	29

1 Empezando desde cero

¿Desconoces el mundo de los blogs? ¿te gustaría conocer los conceptos básicos y qué herramientas tienes a tu disposición para construir un blog profesional? En este curso aprenderás todo lo necesario para iniciarte, de forma fácil y sencilla.

El blog es una herramienta esencial en la estrategia de marketing online de cualquier empresa y representa el “corazón” de su actividad en Internet, alrededor de la cual deben girar las tareas en redes sociales.

Si aún lo desconoces, un blog es como un diario en línea donde puedes escribir acerca de cualquier tema que te interese.

¿A quién está dirigido este manual?

Este manual está dirigido a cualquier persona con interés de expresarse, defender su causa o iniciar una estrategia de marketing de contenidos en Internet, para lo cual un blog es la mejor herramienta. Dado el nivel iniciación de este curso, no es preciso que poseas ningún conocimiento previo especial.

Tras leer este manual tendrás los conocimientos suficientes para comenzar a desarrollar un blog. Asimismo aprenderás qué es un sistema de gestión de contenidos, cómo se estructura la información y cuáles son las reglas básicas para posicionar mejor tu blog en Google con el fin de obtener una mayor visibilidad en Internet.

2 ¿Qué es un blog y por qué deberías crear uno para tu negocio o proyecto personal?

¿Qué es un blog?

A estas alturas, ¿quién no sabe lo que es un blog? Gustavo Arizpe, quien empezó a publicar su blog en 1998, se ha referido muchas veces a la vigencia de los blogs: Los blogs, más vigentes, más fuertes y más sanos que nunca. Para este experto de la Blogosfera, debes abrir un blog por las siguientes razones:

1. Los blogs son el origen de social media. Esa facilidad que permitió la rápida adopción de Facebook y Twitter es una herencia directa de los blogs.
2. Es la forma más sencilla de mostrar tu conocimiento o tu pasión acerca de algún tema. Los blogs es la forma más obvia de compartir contenido e información. Ya sea que publiques unas cuantas notas o decenas de notas por semana.
3. Tu blog es tu casa. Como dice Alfonso Alcántara @yoriento, sin un blog eres un sintecho digital. Recuerda que las redes sociales, por muy bonitas y eficientes que sean, son un jardín vallado: no te pertenecen. En cambio un blog es tuyo y tú tienes el control. Además, la información publicada en tu blog permanece, no es volátil.
4. Es la forma más simple de crear una estrategia de contenido. Claro, una estrategia de contenido es más compleja, pero los blogs hacen que sea sencillo entender cuál es el camino, cómo se debe categorizar la información, a quién estás dirigiéndote, etc.
5. Con los blogs puedes establecer contactos y amistades. No te exagero: puedo visitar muchas ciudades en el mundo y encontrar contactos con quién conversar de temas comunes gracias a mi blog. Mis mejores amigos durante los últimos 10 o 12 años son bloggers.

Razones para tener un blog

Con motivo del 10º aniversario de Blogpocket.com (actualmente, Blogpocket posee más de 16 años de vida), elaboré un vídeo con [más de 50 razones para tener un blog en 2013](#). El vídeo lo puedes ver en YouTube y consiste en la recopilación de las razones (en 140 caracteres) aportadas por 51 bloggers relevantes. El denominador común a todos ellos es, por una parte, que llevan mucho tiempo

dedicándose a los blogs; y, por otra, que, de una u otra forma, su vida profesional se encuentra ligada a los blogs.

¿Por qué deberías crear un blog personal?

Cualquier razón es buena para publicar un blog personal. Mi lema es «todo el mundo tiene algo que decir y siempre hay alguien dispuesto a escucharte». Un blog es la mejor herramienta para compartir tus experiencias, conocimientos y opiniones. Es ideal como repositorio de ideas, diario de proyectos, diario vital, etc.

Con un blog uno aprende a estructurar la mente de cara a expresarse y, con el paso del tiempo, posee un archivo muy útil de información.

¿Por qué deberías crear un blog para tu negocio?

Seguramente, sobre todo si has visto el vídeo que se citaba anteriormente, ya tendrás una idea bastante clara de para qué sirve un blog. ¿Tienes un negocio? Entonces, probablemente sospecharás también lo necesario que es tener un blog.

El blog es [el corazón de nuestra actividad online](#) pero, de cara a una estrategia de marketing online, es la manera más eficaz de atraer posibles clientes. El objetivo es convertir las visitas a tu blog en clientes potenciales.

Por dónde empezar

Sobre todo si tu blog va a tener un propósito comercial, antes que nada:

1. Define los objetivos a conseguir con tu blog (por ejemplo, conseguir suscriptores a un boletín por e-mail).
2. Define el tipo de público que desees (por ejemplo, interesados en aprender el mundo de los blogs y las redes sociales).
3. Define en qué te diferenciarás del resto (por ejemplo, elaborando e-books, infografías y vídeos).
4. Define una llamada a la acción (por ejemplo, suscríbete ahora a la newsletter y recibe un e-book de regalo).
5. Mide los resultados y el grado de conversión (aumento de suscriptores al boletín).

Conclusiones

Un blog es una ventana al mundo y un escaparate extraordinario. Te abrirá muchas puertas y te ofrecerá grandiosas oportunidades.

Tanto si tu objetivo es meramente personal, como si tu propósito tiene que ver con un negocio o defender una causa, un blog te será de gran ayuda.

3 Qué es un CMS y qué papel juega la plataforma de blogging en un blog

¿Qué diferencia existe entre un blog y un sistema de gestión de contenidos (cuyas siglas en inglés son CMS, Content Management System)? En realidad, el extendido uso de un sistema de publicación de blogs llamado WordPress (del que hablaremos en capítulos siguientes de este tutorial), con el que se puede desarrollar desde el blog personal más simple hasta un sitio web complejo, como una tienda online, nos haya llevado un poco a la confusión.

En otras palabras, WordPress es un CMS pero no necesariamente debes emplear un CMS para publicar un blog.

Para mantener un blog no es necesario una herramienta sofisticada. De hecho, hoy en día se están poniendo de moda las [plataformas para crear un blog de estilo minimalista](#). Sin embargo, si tu propósito es crear algo más complicado, como una tienda online, un foro o algo similar, lo mejor es utilizar un CMS.

Pero a pesar de las funciones que ofrece una plataforma tan completa como WordPress, ésta nació exclusivamente para crear blogs, por lo que por supuesto es también una buena plataforma para desarrollar un blog.

¿Qué es un CMS?

Antiguamente para crear un sitio Web había que desarrollarlo en HTML y llenarlo de contenido a base de más código. Las funciones de un CMS vienen a simplificar esa tarea, permitiendo la personalización del aspecto de las páginas, sin escribir una sola línea de código, y facilitando al usuario (administradores, editores y demás participantes) la labor frecuente de creación y administración de contenidos mediante una estructura de soporte (incluyendo editores de texto muy sencillos).

La interfaz permite controlar una o varias bases de datos donde se almacena el contenido del sitio Web.

En un CMS, el contenido y el diseño se configuran independientemente, de forma que es posible modificar el aspecto del sitio sin tener que dar formato otra vez al contenido.

Funcionamiento básico de un CMS

Un CMS funciona siempre en el servidor Web en el que se encuentre alojado el sitio. El acceso a la herramienta de administración del CMS se realiza a través del navegador Web.

Cuando un usuario accede a una URL, el servidor ejecuta un programa para acceder a la base de datos y construir dinámicamente la página HTML que se enviará de vuelta al navegador.

Ejemplos de CMS

Existen muchos CMS pero los más conocidos son los siguientes:

- Sitios Web (incluidos blogs): WordPress, Drupal y Joomla!
- Foros: VBulletin y PhpBB.
- Comercio electrónico: Prestashop y Magento.
- Wikis: UseModWiki, MediaWiki, PhpWiki y TikiWiki.
- Enseñanza (e-learning): Moodle, eFront y ATutor.

Un poco de historia

La popularización de los CMS llegó con la necesidad de facilitar el trabajo a los editores de sitios Web cuya información cambiaba muy a menudo (revistas en línea, periódicos y publicaciones corporativas). En 1995, el sitio de noticias tecnológicas CNET creó Vignette, uno de los primeros sistemas de gestión de contenidos.

En paralelo al nacimiento de los blogs, surgieron los wikis, obedeciendo a la demanda de participación directa de los usuarios. El ejemplo de wiki más famoso es la enciclopedia Wikipedia.

Las plataformas no auto-alojadas ¿son CMS?

En la literatura actual relacionada con los blogs, leerás con mucha frecuencia el término “auto-alojada” para referirse a cierto tipo de plataformas de publicación de blogs. Dicho término corresponde a aquellas aplicaciones que se instalan en un servidor Web, a diferencia de aquellas otras que ofrecen gestión de contenidos de forma online y alojamiento incluido. Una de las plataformas no auto-alojadas más populares es Blogger.

WordPress también posee la versión no auto-alojada: WordPress.com. Pero, ¿son este tipo de sistemas no auto-alojados CMS? Atendiendo a la definición anteriormente expuesta podemos afirmar que sí lo son.

Sin embargo, las plataformas no auto-alojadas, del estilo de WordPress.com o Blogger, poseen bastantes restricciones de configuración y personalización, por lo que carecerás de todas las funciones para construir en condiciones una tienda online o un sitio Web complejo.

Conclusiones

Para tener un blog es necesaria una plataforma de blogging. Coloquialmente, nos referiremos a una plataforma no auto-alojada (instalable en un servidor Web) como un CMS.

La mayoría de las webs en el mundo están hechas con WordPress. Esta plataforma de blogging es la más completa, con multitud de plantillas para personalizar el aspecto visual y extensiones (plugins) que multiplican hasta casi el infinito las posibilidades de funcionamiento de cualquier blog o sitio Web complejo.

4 Cómo saber elegir la plataforma de blogging según los objetivos que tengas para tu blog

Para empezar un blog desde cero lo más importante es elegir bien la plataforma o sistema de publicación con el que vas a trabajar. Existen 3 alternativas muy populares que se describen brevemente a continuación.

Plataformas de blogging existentes

1. **Blogger.** Es de Google y ya en 2003 (cuando Google se lo adquirió a Pyra Labs) contaba con más de un millón de usuarios. Utilízalo si quieres evitar complicaciones técnicas pero a la vez necesitas disponer de muchas funcionalidades y posibilidades de personalización.
2. **WordPress.** Desde 2003 proporciona a millones de usuarios un software de código abierto muy flexible y personalizable. Posee dos versiones: una auto-alojada (WordPress.org) que debes utilizar si tienes conocimientos técnicos básicos del lenguaje de programación PHP y del gestor de bases de datos (MySQL), además de un servidor en el que instalar el software; y otra, lista para usar (WordPress.com) ideal si no quieres complicaciones técnicas y no necesitas personalizar tu blog.
3. **Tumblr.** Más sencillo todavía que Blogger y WordPress.com. Una de sus principales ventajas es la existencia de una comunidad de usuarios muy participativa, alrededor de la plataforma, gracias a su formato de red social. Utilízalo si no quieres ninguna complicación técnica, tienes poco tiempo para administrar tu blog y te gusta participar en redes sociales.
4. **Medium.** De los creadores de Twitter, Medium está pensado como una red social y es ideal si tu objetivo es centrarte solo en la publicación de contenidos, sin distraerte con competencias técnicas ni ninguna complicación adicional. El editor de posts es sumamente sencillo. Para una introducción a Medium, lee primero esta [comparación entre Medium y WordPress](#).

Blogger, WordPress.com o Tumblr son plataformas online, en las que no necesitas contratar hosting (espacio donde alojar tu blog) y ofrecen un dominio gratuito (loquesea.blogspot.com, loquesea.wordpress.com y loquesea.tumblr.com) como parte de sus servicios. En todas ellas es posible emplear tu propio dominio haciendo uso de la redirección de los nombres DNS.

Leer más: [Las diferencias entre WordPress.com y WordPress.org](#)

WordPress.org se considera un CMS, un sistema con muchas posibilidades y con el que puedes desarrollar desde el blog más simple hasta el sitio más complejo (una tienda online, por ejemplo).

Existen otros CMS muy interesantes como Joomla o Drupal.

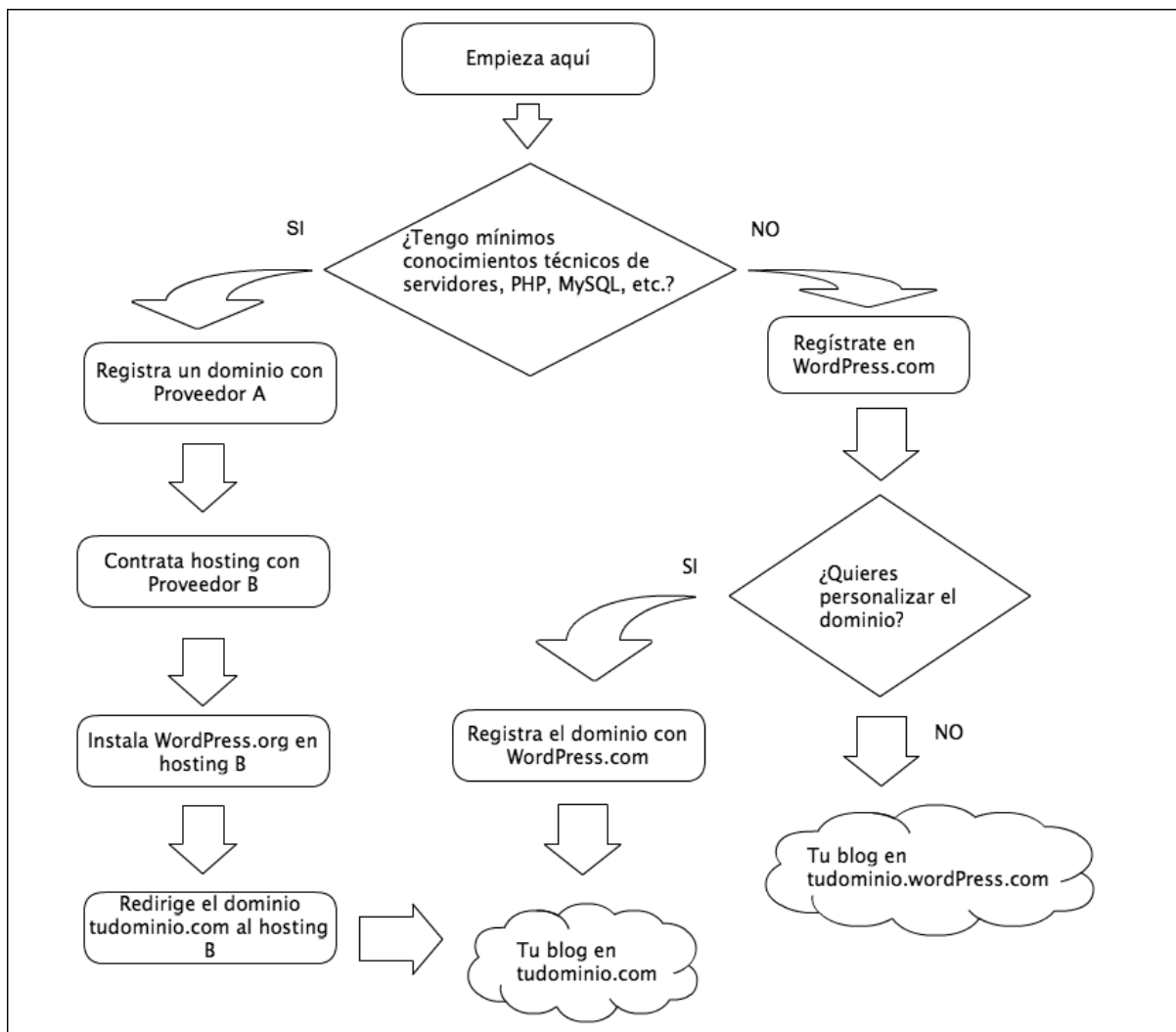
Y si prefieres, algo más sencillo, puedes probar [otras plataformas de blogging de estilo minimalista](#).

Requisitos: dominio y hosting. ¿Cuándo son necesarios?

Para usar una plataforma auto-alojada como WordPress.org, debes contratar un servicio de alojamiento Web (hosting). Sin embargo, eso no será necesario si optas por sistemas no auto-alojados del estilo de Blogger, WordPress.com, Tumblr o Medium.

Dominio: ¿sí o no?

Otra cuestión es si debes registrar un dominio o no. Eso depende también de la plataforma de blogging que elijas y si deseas personalizar el dominio.



<http://blogpocket.com>  @blogpocket

En la figura, que precede a estas líneas, se puede observar el proceso a seguir para saber si necesitas registrar un dominio, suponiendo que tu decisión se base en WordPress. Pero puedes sustituir WordPress.org por cualquier CMS auto-alojado y WordPress.com por una de las plataformas del estilo de Blogger, Tumblr o Medium (siempre y cuando ésta admita el registro del dominio o la redirección por DNS).

Leer más: [WordPress: cómo saber si necesitas registrar un dominio](#)

Conclusiones: por qué WordPress.org es la mejor herramienta para implantar tu blog profesional

Como has visto, existen muchas posibilidades para elegir una plataforma de publicación de blogs. Sin embargo, la más popular ahora mismo y la que ofrece mayores funciones a la hora de personalizar y

construir un blog es WordPress.org (la versión auto-alojada de WordPress).

Si hablamos de empezar un blog profesional desde cero, indudablemente WordPress.org es la mejor opción. Existen muchas razones pero las más importantes son las siguientes:

1. **Usar tu propio dominio.** Algo fundamental si vas a construir un blog profesional. Con WordPress.com se puede hacer también pero es más caro.
2. **Mayor abanico de posibilidades para diseñar el aspecto del blog.** Puedes adquirir un theme, descargarlo gratis o, incluso, desarrollarlo tú mismo.
3. **Se pueden ampliar las funcionalidades hasta el infinito.** Gracias a los plugins es posible desarrollar cualquier tipo de sitio (e-commerce, etc.). También puedes modificar fácilmente el código si posees conocimientos técnicos suficientes.
4. **Posees todo el control.** Esto es esencial para un blog profesional ya que nadie puede interferir en tu negocio.

5 **Cómo estructurar la información en un blog y cómo organizarlo**

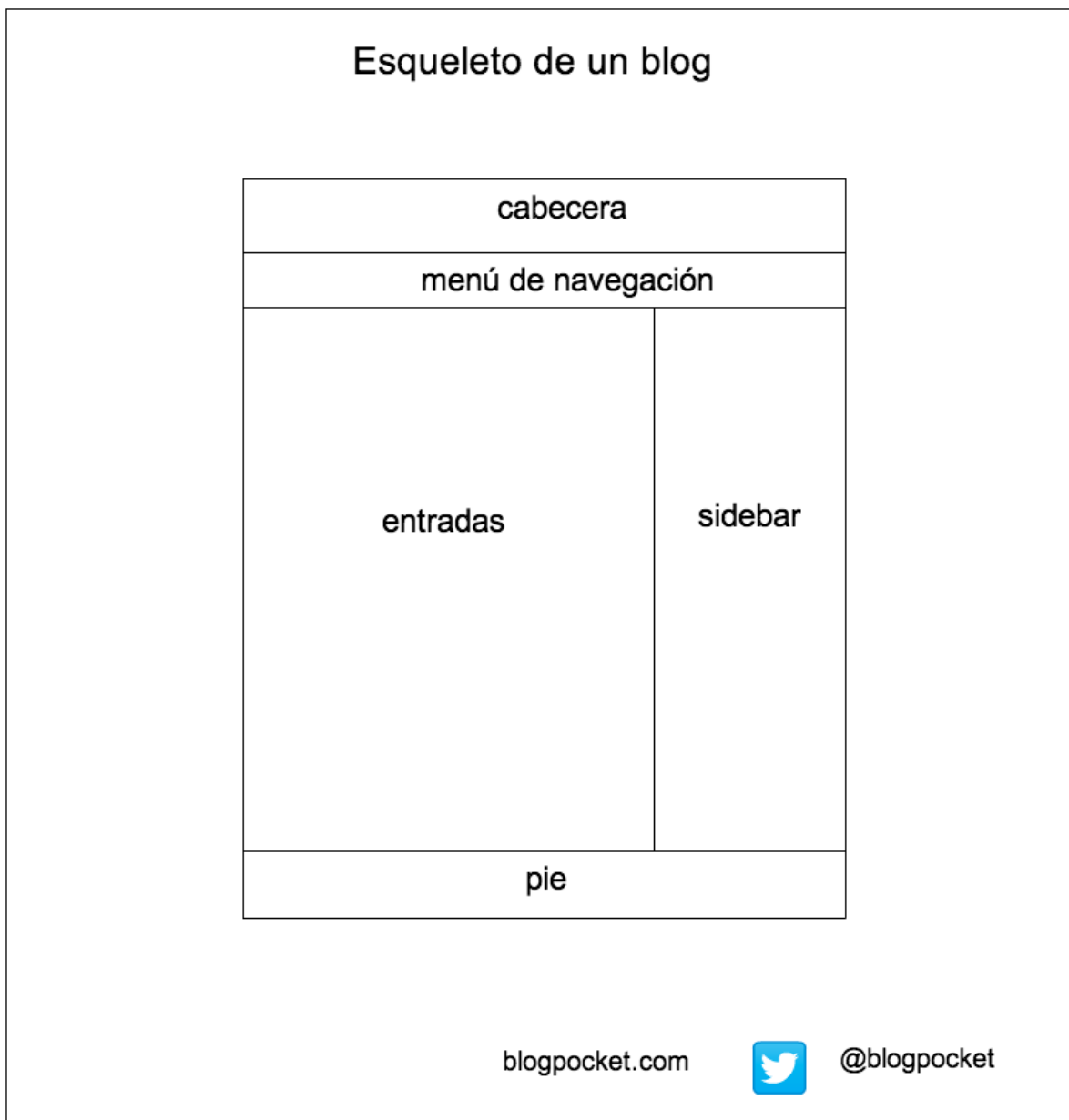
Estructurar la información en un blog es básico y fundamental para organizarlo, que lo entiendan mejor tus visitantes y que funcione mejor.

Estructurar la información en un blog: Cuál es el esqueleto de un blog

Como vimos en el capítulo 3, la plataforma más profesional para crear un blog es WordPress.org, así que, aunque este manual tiene propósito general, lo que vamos a ver a continuación está orientado hacia ese sistema de publicación.

¿Podemos identificar una página Web como un blog viendo solo su aspecto, tal como se muestra en un navegador? Esa es la primera pregunta que nos hacemos y que vamos a responder a continuación.

Si bien es verdad que con WordPress.org se puede desarrollar cualquier sitio Web que nos imaginemos, el aspecto visual de un blog (lo que todos conocemos como la “plantilla”) posee unas características muy concretas, claramente diferenciadoras de otro tipo de páginas Web.



En la figura precedente se observa el esqueleto más habitual de un blog : el contenido principal (donde aparecen, una debajo de otra, las entradas o “posts”) se encuentra en la columna central de la izquierda. Mientras que en la columna lateral derecha (el denominado “sidebar”) veremos información complementaria.

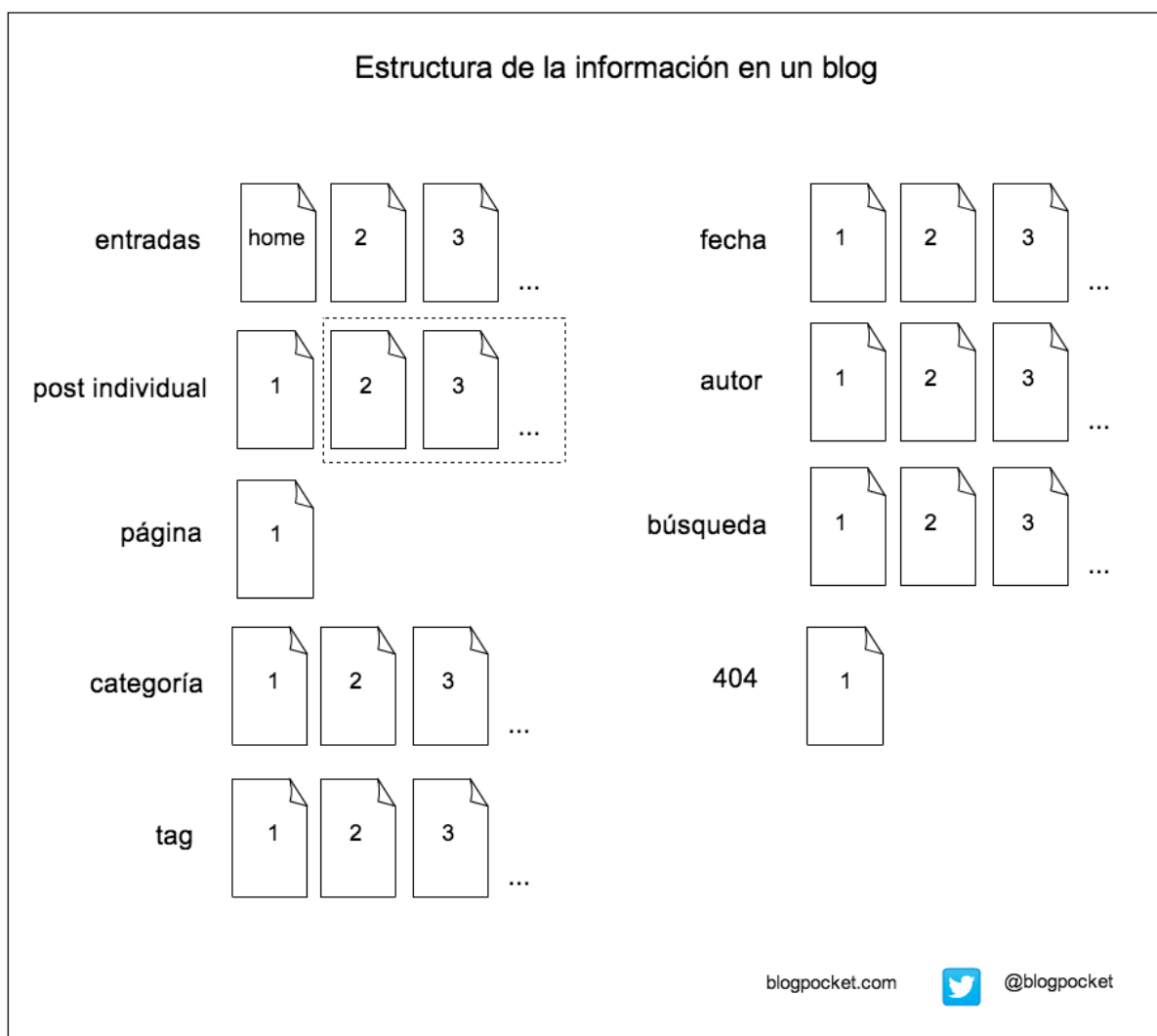
En la cabecera se sitúa el logo y el título de blog. Debajo, suele ir el menú de navegación, con enlaces a páginas, tales como el contacto e información sobre el autor y el propio blog, y otras que pueden llevar al visitante a las páginas con entradas de las categorías más importantes. Se recomienda dividir ese menú en dos: uno a la derecha de la cabecera con las páginas de información relacionada con el blog; y otro, debajo de la cabecera, con los enlace a las categorías.

Ese es el esquema típico de un blog pero existen muchas variaciones: sidebar a la izquierda y columna de contenido a la derecha (menos recomendable pues dicen que el usuario tiende a fijarse primero

en la parte de la izquierda); dos columnas para el sidebar; una única columna de contenido con un sidebar en la parte inferior de la página, dividido en dos o tres columnas; etc.

Estructura de la información en un blog

Independientemente del theme que elijas (en WordPress las plantillas obedecen al nombre de «themes»), la información siempre se estructura de la misma manera. Es muy importante que conozcas esa estructura pues te permitirá, entre otras cosas, optimizar tu blog de cara al posicionamiento en buscadores (lo que se denomina SEO o “Search Engine Optimization”).



La figura anterior muestra todos los tipos de páginas de los que se compone un blog de WordPress. Veamos, a continuación, todos y cada uno de ellos.

1. **Home.** La página de inicio o “home” es la página principal de un blog. En ella se presentan las primeras entradas, normalmente de 5 a 10 con su título y el resumen de su contenido.

En algunos themes se muestra el primer post con su contenido completo y el resto con el extracto. Normalmente, haciendo clic en el título del post, o en un enlace similar a “leer más”, se pasa a leer la entrada completa, lo que se denomina “post individual”. A la “home” se accede tecleando, en el navegador, la URL correspondiente al dominio del blog (por ej.: <http://midominio.com>).

2. **Entradas.** Todas las entradas de un blog aparecen divididas en grupos de un número reducido de ellas (habitualmente entre 5 y 10, aunque no existen reglas fijas para ello). La página correspondiente al primer grupo es la que se denomina “home”. Pero mediante un menú de navegación, normalmente situado debajo de cada grupo de entradas, se puede acceder a la siguiente página (o a la anterior). En WordPress, las sucesivas páginas con las entradas poseen una URL del tipo “midominio.com/page/n”, donde “n” es el número de la página, excepto la “home” cuya url solo es el dominio.
3. **Post individual.** La página con un contenido concreto se denomina post individual. Su url recibe el nombre de enlace permanente o “permalink” y en WordPress se puede configurar para convertirla en “amigable”, ya que la dirección por defecto es del estilo “midominio.com/?p=1234”. Configurándolo adecuadamente, la url del permalink será algo del estilo “midominio.com/articulo-sobre-blogs”. Un post puede ocupar varias páginas si, por ejemplo, posee muchos comentarios. En ese caso, se puede evitar el contenido duplicado, haciendo que Google no indexe desde la página 2 en adelante. Sobre qué es el contenido duplicado se hablará al final de este capítulo.
4. **Página.** En WordPress puedes publicar posts y páginas. A efectos de edición, las páginas son semejantes a las entradas. La diferencia fundamental es que las páginas no se muestran en el bucle de visualización de posts. Las páginas están enfocadas a mostrar información estática. Por ejemplo, puedes crear una página para informar sobre tu blog, sobre tí o sobre los servicios que ofreces. El aviso legal con información sobre tu política de privacidad puede ser otra de tus páginas. Las páginas se suelen mostrar en los menús de navegación cerca de la cabecera y su url es del estilo “midominio.com/pagina-sobre-el-autor”.
5. **Categoría.** Los posts de una categoría determinada se muestran también divididos en grupos. Las categorías son muy importantes a la hora de estructurar la información en tu blog. Van a clasificar cada entrada, sirven para facilitar a los usuarios el encontrar un post concreto, y le dicen a Google acerca de la temática de tu blog. La primera página de los posts de una categoría tiene una url del estilo “midominio.com/nombre-categoria”. Sin embargo, a partir de la segunda página, la url es del tipo “midominio.com/nombre-categoria/page/n”, donde n es el número de la página. Lee más en [Diferencias entre categorías y etiquetas](#).
6. **Tag.** La etiqueta o “tag” es otra forma de clasificar los posts de un blog. A diferencia de las categorías, permiten aplicar una taxonomía de detalle y más concreta. Las entradas correspondientes a una etiqueta también se muestran divididas en grupos. Al igual que las páginas de los posts de una categoría, se dividen en grupos y sus urls siguen la misma mecánica. Para evitar el contenido duplicado, estas páginas no se suelen indexar en google.
7. **Fecha.** En un blog, todos los posts se almacenan por fecha, presentándose por años, meses o días. Las entradas de una fecha determinada se muestran también por grupos y la primera página de cada una de ellos posee una url del tipo “midominio.com/año/”, “midominio.com/año/mes/” o “midominio.com/año/mes/día”. Si existen varias páginas para una fecha, se sigue el mismo protocolo de formación de urls. Por ejemplo, para las sucesivas páginas de un año: “midominio.com/año/page/n”, donde n es el número de la página. Estas páginas tampoco se suelen indexar en Google.

8. **Autor.** Un blog puede poseer varios autores. Los posts de un autor se visualizan también en varias páginas. La url de la primera página es “midominio.com/author/nombre-autor” y, a partir de la segunda: “midominio.com/author/nombre-autor/page/n”, donde n es el número de la página. Tampoco se deben indexar en Google.
9. **Búsqueda.** WordPress posee un buscador interno que proporciona al usuario otra forma de llegar a tus contenidos. Los posts que obedecen a una búsqueda se visualizan del mismo modo en páginas. La url de la primera página es “midominio.com/?=termino-buscado” y, a partir de la segunda página: “midominio.com/page/n/?=termino-buscado”, donde n es el número de la página. Tampoco se deben indexar en Google.
10. **404.** Esta es una página especial que muestra al usuario el mensaje de “no encontrado” cuando se intenta acceder, desde el navegador, a un contenido inexistente en la base de datos. Tampoco se deben indexar en Google.

Sobre el contenido duplicado

El contenido duplicado se produce cuando dos páginas con urls distintas tienen el mismo contenido. Veremos un poco más en detalle este asunto en el capítulo de esta Guía dedicado a posicionamiento en buscadores.

En efecto, por ahora solo es necesario que sepas que si queremos evitar el contenido duplicado, algo que Google tiene muy en cuenta, se deben tomar algunas precauciones. Por ejemplo, una página con posts de una etiqueta puede ser igual que una con entradas de una categoría. Por ello, también es bueno no indexar las páginas de entradas (excepto la “home”) ni las de fecha, autor, búsqueda y 404. Date cuenta de que en la «home» solo se debe, por ello, mostrar título, imagen destacada y un «extracto» o resumen del post, que no debe coincidir con las primeras líneas del post (debe estar escrito expresamente a efectos de resumen).

Existen diversos métodos para que Google no indexe una página, como veremos en el capítulo de posicionamiento en buscadores.

Conclusiones

Conocer la estructura de la información en la que se basa un CMS es fundamental sobre todo a efectos de SEO. Pero también te servirá para organizar mejor un blog y que tus visitantes accedan a él de la mejor forma posible.

6 Qué es un theme y cómo personalizar el aspecto de tu blog

Si alguna vez te has preguntado cómo se obtiene el aspecto visual de un blog, lo que conocemos con el nombre de plantilla o «theme» (este término es el empleado en WordPress), sigue leyendo porque aquí te desvelamos el secreto.

Las páginas Web se construyen mediante el lenguaje HTML. Pero no te asustes, para desarrollar tu blog no es preciso que aprendas ni este ni ningún otro lenguaje.

Contenido vs presentación

Desde el advenimiento de la denominada Web 2.0, los desarrolladores se dieron cuenta de una cosa: era más fácil construir páginas Web si, por una parte, se separaba el contenido de la presentación; y por otra parte, si se desarrollaba de acuerdo a los estándares de la W3C.

La [W3C](http://www.w3.org) (World Wide Web Consortium) es una organización internacional que se encarga de dictar las normas para escribir HTML. Para saber si tu blog cumple los estándares, utiliza la herramienta validator.w3.org.

Separar contenido de presentación permite modificar el aspecto visual de una página Web sin tocar el contenido, y viceversa.

Para ello, se utilizan las hojas de estilo en cascada (CSS), un lenguaje para dar forma a los contenidos, independientemente de estos.

Hoy en día, ha cobrado una importancia vital el [mobile friendly](#). Es decir, aquellos diseños que están optimizados para su uso en dispositivos móviles (smartphone, tablet, etc.).

Para conocer el nivel de optimización para móviles que tiene tu blog, puedes usar el test de Google: [¿Está tu sitio web optimizado para móviles?](#)

HTML y CSS

Para construir un blog y mantenerlo no es necesario aprender a escribir HTML ni CSS. Los sistemas de gestión de contenidos hacen ese trabajo por ti, como ya vimos en el capítulo 3.

De todas formas, a continuación te recomiendo dos sitios para aprender HTML y CSS:

[HTML.net](#)
[W3CSchools](#)

Las últimas versiones (HTML5 y CSS3) incorporan funciones avanzadas para desarrollar páginas Web responsives, usables (que las puedan utilizar el mayor número de personas posibles) y accesibles (permitir una navegación lo más intuitiva y natural posible).

Plantillas en Blogger, WordPress.com y WordPress.org

Como ya te hemos explicado, para empezar un blog no es necesario que sepas codificar ni CSS ni HTML. Lo único que tienes que hacer es elegir una plantilla del catálogo que se ofrece por defecto. Y, por supuesto, podrás cambiar a otra cuando quieras.

A continuación, una pequeña guía del funcionamiento de las plantillas en los sistemas de publicación de blogs más populares:

- **Blogger:** puedes editar y modificar la plantilla elegida, así como desarrollar tus propias plantillas.
- **WordPress.com:** de forma gratuita no puedes editar la plantilla que elijas ni instalar ninguna.
- **WordPress.org:** puedes modificar la plantilla que elijas, tanto si la has descargado como si la has desarrollado tú.
- **Medium:** no es posible nada más que personalizar un poco la plantilla que viene por defecto.

Themes de WordPress.org

Como ya se ha indicado, las plantillas en WordPress reciben el nombre de «themes». En la versión auto-alojada (instalable) de esa plataforma, puedes descargar e instalar cualquier theme (bien, a partir de cualquiera de los repositorios, gratuitos o de pago, o desarrollarlo tú mismo).

¿Qué es un framework?

El paso más allá de las plantillas son los frameworks. En WordPress, existe un framework muy popular y recomendable (de pago) denominado Genesis

Un framework es un encapsulamiento de las plantillas cuya misión principal es facilitar la configuración de las plantillas. Con un framework también se mejora la preparación del blog de cara a los buscadores.

Básicamente, un framework consiste en un super theme, que es el núcleo central que no se debe modificar, y una serie de themes hijos con html y css modificable.

Conclusiones

Personalizar el aspecto de tu blog es muy importante para destacarte y, sobre todo, para que tu blog sea más rápido y esté optimizado para móviles. Eso hará que tus visitantes no lo abandonen mientras acceden a él y, más importante, que regresen otra vez.

Existen muchísimos themes en WordPress para que elijas el que más se adapte a esos criterios y a tus necesidades y objetivos.

Con el Framework Genesis de StudioPress lograrás un theme bien codificado, rápido, seguro y bien preparado para el SEO.

7 Qué es un plugin de WordPress y cómo extender las funcionalidades de tu blog hasta límites insospechados

Los plugins (extensiones) son una de las características más importantes de WordPress.org y probablemente lo que haya convertido a esta en una de las plataformas de blogging más populares.

Sin embargo, en sistemas de publicación de blogs alojados, como WordPress.com, Blogger o Medium, no existe la posibilidad de instalar plugins. A lo máximo que podemos optar es a configurar widgets.

No se deben confundir los plugins con los widgets, por lo que dedicaremos un espacio en este capítulo a explicar sus diferencias.

Widgets vs plugins

Widgets y plugins son formas de extender las funcionalidades de un sistema de publicación de blogs o CMS. Por ejemplo, WordPress.org no tiene implementado de forma nativa un sistema anti-spam para los comentarios. Sin embargo, junto al software original se proporciona un plugin denominado Akismet que sirve para combatir el spam. Si se desea usarlo solo hay que activarlo. Ese es solo un ejemplo, pero existen miles de plugins (49,458 plugins con 1.613.354.691 de descargas, en el momento de escribir estas líneas).

El funcionamiento de los widgets (o gadgets, en el argot de Blogger) es similar al de los plugins: son pequeñas piezas de código que hay que activar. La diferencia es que los widgets van asociados a la plantilla utilizada. Todos los disponibles aparecen en el apartado de la herramienta de administración asociada a las plantillas («Apariencia»). Y solo hay que arrastrar el widget que quieras a la zona adecuada de la plantilla. Por ejemplo, puedes añadir los comentarios recientes a la columna lateral de tu blog, sin más que llevar el widget correspondiente al sitio del sidebar en el que quieres que aparezca. Finalmente, es preciso configurarlo con el número de comentarios a mostrar o cosas así.

Blogger es menos restrictivo que WordPress.com a la hora de usar widgets. Por ejemplo, WordPress.com no admite incluir código javascript en su widget de texto libre, lo que resta muchas posibilidades. Pero, por otra parte, el juego de widgets es mucho más amplio que en Blogger.

Otra forma de ampliar las funcionalidades de WordPress.org es el archivo functions.php. Lee una introducción a este archivo en [Di hola al archivo functions.php](#).

Los plugins en WordPress.org

El plugin requiere, sin embargo, de un desarrollo propio, existiendo plugins que llegan a ser aplicaciones muy complejas. El lenguaje de programación con el que están implementados es el mismo que sirve de base a WordPress: PHP.

Existe un [repositorio oficial de plugins para WordPress.org](#) pero también puedes desarrollarlo tú mismo.

Para hacer que un plugin funcione solo hay que activarlo, una vez que sus archivos se encuentren en la carpeta correspondiente del servidor («wp-content/plugins/»), pero algunos requieren posteriormente el uso de un shortcode o de un widget.

El shortcode es una forma de facilitar la inserción de contenido variable dentro de un post o una página. Su formato es una palabra dentro de corchetes y admite parámetros.

Si un plugin crea un widget, éste aparecerá en el apartado “Apariencia > Widgets” junto a los de la propia plantilla activa, y para usarlo debe ser arrastrado a la zona apropiada de la página Web del blog, como cualquier otro.

Aprendiendo PHP

Para utilizar widgets y plugins no necesitas conocer el lenguaje PHP, ni siquiera para instalar éstos últimos.

Pero si quieres retocarlos o desarrollar tus propios plugins, entonces debes saber programar mediante el lenguaje PHP.

Como iniciación, te recomiendo echar un vistazo al manual en español de PHP: [php.net/manual/es] (<http://www.php.net/manual/es/>)

Los plugins imprescindibles

¿Existen plugins obligatorios? No tienes obligación de instalar ningún plugin en WordPress.org pero existen algunos que son imprescindibles si quieres optimizar el funcionamiento de tu blog.

En cualquier instalación de WordPress.org deben existir, por lo menos, los siguientes plugins:

- **Backup.** Sobre todo si tu hosting no lleva a cabo copias de seguridad diarias de la base de datos y los archivos de la instalación. Llevar a cabo una copia de respaldo regularmente es esencial si no quieres perder tus datos en caso de desastre accidental. Recomendado: [Updraft Plus](#).
- **Seguridad.** Desgraciadamente, el intento de acceso no autorizado a tu blog de WordPress.org, utilizando métodos de fuerza bruta, es más habitual de lo que parece. Con un buen plugin de Seguridad evitarás disgustos provocados por los hackers. Recomendado: [WordFence](#).
- **Almacenamiento en caché.** Fundamental para tener un blog rápido es instaurar un sistema de almacenamiento en caché. Ello evita construir páginas Web ya consultadas. Recomendados: [WP Rocket](#) (de pago) y [W3 Total Cache](#) (gratis).

- **Anti-spam.** Akismet es el plugin que viene por defecto adosado al software de WordPress.org. Para activarlo se necesita ser usuario de WordPress.com.
- **SEO.** Un buen plugin de SEO te ayudará a configurar automáticamente algunos aspectos de cara al posicionamiento en buscadores. Recomendado: Yoast SEO.

Aprende más sobre los plugins de WordPress en: blogpocket.com/2013/10/29/la-guia-del-recien-llegado-plugins-de-wordpress/ y [Mejora tu blog de WordPress con estos 10 plugins](#)

¿Qué es JetPack?

[JetPack](#) es un paquete de plugins un super plugin podríamos decir. Lo que hace es poner a tu disposición muchas de las funciones que existen en WordPress.com. Para poder usarlo tienes que ser, además, usuarios de WordPress.com.

Este plugin es muy interesante, sobre todo si provienes de WordPress.com y echas de menos su forma de funcionamiento.

Conclusiones

Los plugins permiten configurar un blog de WordPress tanto como desees. Existen miles para elegir y puedes desarrollarlos tú mismo si posees competencias técnicas de programación PHP y desarrollo de aplicaciones Web.

8 Qué es SEO y cómo conseguir que tu blog tenga más visibilidad

Un blog interesa prepararlo adecuadamente para que los robots de los buscadores puedan acceder sin problemas y añadir sus páginas a la base de datos. Si queremos tener más visitas es necesario aparecer en Google en la primera página de los resultados para una búsqueda determinada. Existen otros buscadores pero en este capítulo nos referiremos exclusivamente a Google, que representa una cuota de búsquedas aproximada del 90%.

Qué es un buscador

Un buscador (o motor de búsqueda) es una aplicación capaz de encontrar, organizar y visualizar páginas asociadas al término de búsqueda utilizado en la consulta. El término de búsqueda, conocido como «palabra clave» (keyword), es la palabra o frase que tecleas para buscar algo en Google.

Los robots de los buscadores (también conocidos como bots, spiders o crawlers) son los programas que se encargan de rastrear los enlaces de Internet recopilando páginas Web.

Qué es SEO

SEO es el acrónimo de «Search Engine Optimization» (Optimización en los motores de búsqueda) y corresponde a las técnicas necesarias para lograr que nuestro sitio Web se sitúe lo más alto posible en los resultados de una consulta de búsqueda. Por ello, se suele hablar de “posicionamiento en buscadores” a las labores implicadas en ello.

Con el paso del tiempo, dichas labores se han complicado mucho y cada vez es más difícil lograr una buena posición (la primera página de resultados es lo más óptimo, como dijimos antes) natural. SEO es posicionamiento en buscadores orgánico (o natural) y SEM (Marketing en buscadores) es el posicionamiento de pago, a través del sistema de publicidad de Google.

Algoritmos de Google

Para ordenar todas las páginas Web existentes en la base de datos de Google (construida por los robots, como dijimos), se emplean los denominados “algoritmos” de indexación que no son otra cosa que programas que utilizan una fórmula matemática muy compleja.

A lo largo del tiempo, como decía, esos algoritmos se han ido modificando y complicando, dando prioridad a unos u otros factores.

A grandes rasgos, las prioridades de los algoritmos conocidos, más importantes, hasta el día de hoy, son:

- **Google Panda** (a principios de 2011): valora el contenido original, penalizando contenido duplicado, sobre todo.
- **Google Penguin** (abril de 2012): da importancia a la optimización off-page.
- **Google Hummingbird** (septiembre de 2013): nace con el objetivo de mejorar las búsquedas semánticas.

SEO on-page vs SEO off-page

Dentro de las técnicas de posicionamiento existen aquellas que podemos controlar directamente, porque afectan a partes relacionadas con las páginas de nuestra Web, y otras que están asociadas a factores externos. Las primeras se denominan on-page y su misión principal es facilitar a los robots la indexación de nuestra Web. Por ejemplo un factor interno es la descripción de la etiqueta meta correspondiente, un valor muy útil para los buscadores.

Por otra parte, las técnicas off-page SEO tienen la finalidad de optimizar los factores externos a las páginas de un sitio Web. Por ejemplo, la generación de enlaces desde otras Webs, lo que se conoce con el nombre de “Linkbuilding”. Hoy en día, se valora mucho, como factor externo, el Social Media SEO o la utilización de las redes sociales para ayudar al posicionamiento.

Cómo orientar un blog para que posicione bien hoy

Un blog posee unas características especiales que lo hace idóneo para que Google se fije en él: contenido actualizado frecuentemente, estructurado y de valor para los usuarios. Por ello, dentro de la estrategia de marketing online se recomienda, siempre lo primero, desarrollar un blog.

A continuación, se resumen en una serie de puntos los aspectos SEO que actualmente son esenciales para lograr destacar tu blog

- **Optimizado para móviles.** Cada vez cobra más importancia preparar tu blog para hacer fácil y usable el acceso mediante dispositivos móviles.
- **Centrarse en el contenido.** Hay que convertir al contenido en lo más importante de tu blog (¡siempre lo ha sido!), haciendo uso de elementos multimedia (vídeos, infografías, podcasts, etc.) y olvidando el peso de las palabras clave aisladas.
- **Semántica.** El algoritmo Hummingbird implica cambiar las consultas por preguntas y los resultados por respuestas. Desarrolla tu blog pensando en eso.
- **Social media.** La importancia del impacto de tus contenidos en las redes sociales es cada vez mayor, incluidas plataformas más marginales como Pinterest o Instagram.
- **Sitios usables y accesibles.** Algo importante vayas o no a posicionar tu blog en Google. Si el contenido es el rey, el usuario es la corona. Cuestiones como el tiempo de carga, facilitar la navegación, etc. son vitales.

- **Enlaces entrantes de calidad.** La lucha contra las granjas de enlaces, el spam y el scrap, ha logrado que sean más importantes los enlaces de calidad que una gran cantidad de ellos.
- **La voz.** Es el nuevo handicap. Tu blog debería estar preparado para las búsquedas en Google usando la voz.

SEO para WordPress

La preparación on-page del SEO de tu blog de WordPress.org se encuentra en gran parte resuelta con un plugin como [SEO by Yoast](#). Instalándolo y configurándolo adecuadamente puedes automatizar la mayoría de los factores SEO internos.

En WordPress.com también se debe hacer SEO. Para aprender más sobre ello: [Todo lo que debes saber sobre el SEO en WordPress.com](#)

Conclusiones

El SEO es algo fundamental si quieres conseguir más visitas y tráfico en tu blog.

Para mí, sirve también para mantener tu blog organizado y engrasado.

¿Necesitas saber un poco más sobre SEO? Aquí tienes mi curso de introducción al SEO.

9 Ejemplos de blogs

¿Cómo aprender a bloguear? Tras la lectura de esta guía para principiantes, que con este capítulo llega a su fin, has adquirido los conocimientos mínimos y ya sabes lo qué es un blog.

Lo siguiente es acostumbrarte a lo que [José Luis Orihuela](#), denominó en su momento, “la cultura blogger”. Y para ello, nada mejor que comenzar a leer blogs que te resulten interesantes. Te recomiendo que utilices un agregador de feeds tal como Feedly, suscríbete a un número de blogs que seas capaz de asimilar (de 10 a 20 estará bien para empezar) y dedica un rato todos los días a la revisión de las actualizaciones que se produzcan en dichos blogs. Hazlo durante un periodo de tiempo, antes de ponerte a publicar tu primer post.

La Blogosfera

La siguiente lista está compuesta por 10 blogs que recomendé en mi libro [Manual imprescindible de Twitter](#). Accede a ellos, desde tu navegador Web, y fíjate en la composición de la página home (estructura del contenido y columna lateral, pie, cabecera, etc.) y de los posts individuales que, a veces, es distinta.

Trata de identificar con qué plataforma de blogging están implementados y otros aspectos (uso de los comentarios, ubicación de la publicidad si ésta existe, cómo son los botones de redes sociales y dónde están situados, etc.).

¿Es fácil navegar por esos blogs? ¿se encuentran fácilmente los archivos por fecha y por categoría? ¿existe un buscador para encontrar información directamente? Todo ello determina la usabilidad; es decir, si se facilita el uso del blog a todo aquél que lo visite.

¿Te gustan las plantillas que utilizan? ¿son minimalistas o están recargadas de elementos? ¿los tipos de letras son legibles o, por el contrario, cuesta trabajo leer los textos? Muchas veces, un blog se echa a perder debido al excesivo uso del color o un tipo de letra inadecuado.

En *La revolución de los blogs* (libro del anteriormente citado José Luis Orihuela, editado en 2006, y cuyo prólogo tuve el honor de realizar, escribí una definición de Blogosfera: “Por blogosfera entendemos el conjunto de todos los weblogs, pero ese concepto carecería de sentido sin otros dos términos muy utilizados: conversación y comunidad”.

¿Cómo cuidan estos blogs la conversación y cómo construyen comunidad?

En definitiva, la siguiente serie de blogs de habla hispana, más allá de sus contenidos concretos que pueden ser de tu interés o no, te servirá para sumergirte en la Blogosfera y aprender cómo se hace un blog.

- [Ayuda WordPress](#). Fernando Tellado (@fernandot) es uno de los expertos en la plataforma de blogging WordPress y mantiene uno de los mejores blogs dedicados a ésta.
- [Geeks Room](#). Hector Russo es el alma mater y editor en jefe de Geeksroom.com, un extraordinario blog independiente sobre tecnología, cultura Web y social media.
- [Netámbulo](#). Juan A. Vicente lleva ya un buen puñado de años evangelizando la cibercultura, la tecnología e Internet en su blog.
- [La brújula verde](#). Guillermo Carvajal inició hace más de ocho años La brújula verde, blog que hoy día se ha convertido en una red de blogs, atrapando a los amantes de la historia, el arte, los viajes, el mundo Mac OS X y los gadgets.
- [Wwwhatsnew](#). No es un sitio robotizado, tal y como se declara en la biografía: “Noticias de tecnología, diseño y negocios seleccionados a mano”. El responsable es Juan Diego Polo y su blog es esencial para conocer cualquier herramienta existente en Internet.
- [Instagramers](#). Uno de los mejores sitios relacionados con Instagram, imprescindible si se es usuario de esa red social de fotografía, cuyo impulsor es Phil González.
- [eCuaderno](#). José Luis Orihuela es profesor universitario, conferenciante y escritor. En su veterano blog, eCuaderno, comparte pistas, noticias y enlaces sobre cibercultura, medios, periodismo y comunicación digital.
- [Isopixel](#). Raúl Ramírez es otro de los veteranos de la Blogosfera y desarrolla una actividad frenética en la Web desde sus inicios. Si se desea entender fenómenos como los blogs y las redes sociales es preciso seguir este blog.
- [Área estratégica](#). Empezó a publicar un blog cuando nadie lo hacía. Allá por 1998 comenzó a ayudar a generar clientes mediante marketing digital orientado a resultados. Gustavo Arizpe combina el gran conocimiento que posee sobre Internet, los medios sociales y el marketing.
- [Clara Ávila C.](#) Según ella posee alma de payasa, sangre bufona, sentir flamenco y vivir improvisado. En la vida real es consultora de social media y se mueve en la Blogosfera y las redes sociales como pez en el agua.

Estos no son los mejores blogs ni los únicos que existen. Utiliza esta lista como una puerta de entrada a la Blogosfera. ¡Que la disfrutes!