



EL
RUIDO
Y LA
FURIA



“EL DÍA QUE
TE SIENTES AL
ORDENADOR
PENSANDO:
‘¿Y YO QUÉ
ESCRIBO
HOY?’;
ESTARÁS
EMPEZANDO
A MATARLO”

7 consejos para tu ‘blog’

POR ENRIQUE DANS

El fenómeno *blog* ha provocado un cambio en la forma en que nos comunicamos. Un cambio que ha influido no sólo a las personas, sino también a empresas y medios: hoy, muchas páginas adoptan en Internet elementos que han ido con el tiempo aprendiendo de los *blogs*. Ahora bien, ¿qué elementos conviene tener en cuenta a la hora de empezar uno? Vamos por partes:

1. En primer lugar, el propósito del mismo. Los *blogs* sirven para muchas cosas, no todos tienen como meta congregarse miles de visitas al día. Puede servir como simple *repositorio* de la actividad de su autor, punto de encuentro, carta de presentación o desarrollo de un interés; es una herramienta con muchísimas posibilidades. Además, hay que tener en cuenta que un *blog* tarda tiempo en consolidarse, en posicionarse en buscadores y en madurar: las motivaciones demasiado coyunturales resultan poco recomendables.

2. Un *blog* es una forma sencilla y práctica de crear una presencia *web* con capacidad de interacción y actualización, y que además suele ser bien tratada por los buscadores. Para qué lo queramos utilizar es problema nuestro; y si no lo tenemos claro, no estaremos nunca satisfechos con él. No temas empezar un *blog* sin tener claro el propósito del mismo (explorar no es malo), pero ten en cuenta que seguramente no será importante en tu vida hasta que no sepas qué quieres hacer con él.

3. Si ya sabes lo que quieres, pasemos al cómo. Necesitas algo que le proporcione alimento intelectual: puede venir de lo que lees, lo que vives, lo que haces o lo que piensas, pero tiene que tener un flujo constante. El primer día que te aproximes al *blog* con cara de “¿y yo qué escribo hoy?”, estarás empezando a matarlo. No se puede escribir “sobre lo mucho que yo sé”, porque por mucho que sepas, el inventario se acaba, y te quedas sin cosas que contar. No escribas pretendiendo ser el que más sabe, porque siempre hay alguien ahí fuera que sabe más que tú. Aporta tu

experiencia, enriquece lo que cuentas con tus ideas, pero no lo hagas de manera categórica, sino invitando a la participación: al acuerdo o desacuerdo.

4. No es obligatorio ser regular, pero tanto tus visitantes como los motores de búsqueda apreciarán que lo seas. Lo ideal es “encontrar un hueco” en tu día a día para el *blog*, hacer que sirva para otras cosas: liberación de una vena creativa, respuestas a preguntas habituales, contacto con terceros... Sean estos fines individuales o corporativos, tenerlos te ayudará a justificar tu dedicación; porque recuerda: es fácil empezar un *blog*, pero muy difícil mantenerlo. Mide, estudia tus estadísticas, no navegues a ciegas: lo que no se puede medir, no se puede mejorar.

5. No trates de engañar a nadie. Lo que has leído en otros sitios, es bueno que lo vincules, que le des el crédito que merece. Lee mucho, busca otros *blogs* interesantes, y vincula mucho. Se trata de aportar valor, de dar a los demás toda la información que puedas sobre el tema, porque en la economía de la información, tratar de atesorarla no tiene sentido. Si los lectores siguen tus enlaces, te recordarán como una fuente interesante, y volverán para leer de nuevo, para participar y crear comunidad.

6. La gestión de la comunidad es importantísima. Dedica tiempo a establecer una política de comentarios, a moderarlos, a mantener las entradas libres de *spam* y basura: tu *blog* es tu casa y a nadie le gusta tenerla sucia. Sé razonable: las opiniones contrapuestas aportan riqueza, pero los insultos o las descalificaciones no. La comunidad debe implicarse, participar, sentirse a gusto, porque el *blog* es bidireccional en su esencia. Sé paciente y consistente: los *trolls*, que en algún momento llegarán, deberán cansarse antes que usted.

7. Y por último: el éxito de un *blog* no viene del número de visitas. Viene de estar a gusto con él.

Enrique Dans es Profesor del IE Business School y autor del libro ‘Todo va a cambiar’ (Editorial Deusto).

MUJERES DE ARMAS TOMAR: EVOLUCIÓN HISTÓRICA



SIGLO XII Leonor de Aquitania, madre de Ricardo Corazón de León.



SIGLO XVIII María Antonieta, ‘perdió la cabeza’ por Luis XVI.



SIGLO XX Jacqueline, viuda de JFK y Onassis.



SIGLO XXI Carla Bruni, le saca 20 cm. a Sarkozy.