



El back-end del blog

Módulo 7 Curso de Blogs

Programa de formació per a les Biblioteques Públiques de Catalunya



*Este material está bajo la licencia Creative Commons Reconocimiento-no comercial 2-5 Genérica
Autoría: Ramon Oromí Farre*

La importancia de los enlaces (II): los retroenlaces.

Partiendo de la definición que nos ofrece la Wikipedia, podemos decir que un retroenlace o trackback es un enlace inverso que permite conocer **qué enlaces apuntan a un determinado artículo; de esta manera avisa a otro blog que se está citando una de sus entradas.**

Básicamente, si un blog admite retroenlaces quiere decir que es capaz de recibir un aviso de otro blog, de manera que los dos artículos quedan **relacionados entre sí**, normalmente porque el segundo hace referencia al primero.

Los retroenlaces a un artículo quedan reflejados habitualmente al pie del mismo, más o menos en el lugar donde aparecen los comentarios.

El sistema de *trackbacks* (también enlaces de entrada o *pingback*), es una de las funcionalidades que más caracterizan a los blogs. Su importancia recae en el hecho de que permite la **creación de vínculos y relaciones entre blogs.**

De una parte permite hacer saber al autor de otro blog que hemos enlazado un artículo suyo, en nuestro blog. Por otra parte, nos informa si alguien ha hecho el mismo con un artículo publicado en nuestro blog.

Esto lo hace especialmente interesante ya que nos permite conocer y listar todos los sitios que han referenciado un artículo nuestro en particular permitiendo, a la vez, que nuestros visitantes lean el contexto de estos enlaces en estos blogs.

Y aún hay más: un retroenlace establece un enlace explícito imborrable entre el artículo de este blog y el nuestro. esto no pasa con los vínculos tradicionales que dependen de una acción externa.

En definitiva, podríamos afirmar que un retroenlace es un medio para la comunicación *peer-to-peer* entre blogs, que permite seguir discusiones entre diferentes blogs, proveer repositorios remotos, emular la autoría de visitantes, etc.

En nuestro blog podremos utilizar este recurso de dos formas diferentes:

- Como productores de contenido.
- Como recolectores de contenido.

Lectura recomendada:

[Sobre trackbacks](#)

La importancia de los enlaces (III): la lista de blogs

Vamos a ver qué nos dice nuestra enciclopedia virtual de cabecera:

*Una **lista de blogs** (en inglés **blogroll**) es una colección de enlaces de blogs, normalmente presentada en una columna lateral de la página web. Los autores de blogs pueden definir diferentes criterios para incluir otros blogs en sus listas de blogs. Habitualmente, el listado de otras direcciones de blogs se compone de direcciones que los mismos autores visiten con asiduidad, que consideren interesantes, o de gente que conozcan.*

La verdad es que esta definición nos acerca de forma fidedigna a este concepto. No sólo nos dice de qué se trata, sino que especifica sus principales funciones. ¡Magnífico!

A ver si podemos añadir alguna cosa más ...

Como ya hemos descubierto, es muy importante que los blogs ofrezcan enlaces útiles para los visitantes, i sitios relacionados con temática parecida a la que presentes en tu blog. En definitiva, es una **invitación a tus lectores y lectoras a ampliar o completar los contenidos de tu blog, con lecturas blogueras externas.**

No obstante, es interesante no desaprovechar la oportunidad de crear una categoría de enlaces a otros blogs no relacionados pero que desees destacar por su utilidad, interés, o porque están entre los que consultes habitualmente.

Por otra parte, no tienes que olvidar la importancia de conseguir enlaces de otros blogs porque el tuyo adquiera relevancia en la blogosfera y en los buscadores, con tal de que la gente lo lea y, en definitiva, para recibir visitas.

He aquí algunas pistas que te pueden guiar como posible receptor de enlaces de otros blogs y como buscador de posibles "víctimas" que te referencien a su blog:

1. Que yo te enlace no quiere decir que tu me enlaces (y viceversa).

Si añades un nuevo vínculo a tu blogroll, hazlo porque te parezca interesante o útil. Nunca lo hagas intentando provocar una obligación moral al otro para que también te añada.

2. Primero crea contenido, después busca a quien te enlace.

Conseguir que te enlacen habiendo escrito sólo el típico mensaje inicial de "probando, probando..." es bastante complicado.

Antes de lanzarte con locura por estos mundos de blogs de Dios pidiendo que te enlacen, procura crear suficiente contenido en el blog porque resulte útil y entretenido para tus visitantes.

No olvides que quien enlaza está recomendado, invitando a sus lectores a entrar en este blog.

3. Conseguir enlaces lleva tiempo

Busca garantías antes de añadir un blog a tu lista de blogs. Comprueba que se trata de un blog vivo, con pautas de publicación constantes. Si los otros esperan algún tiempo antes de añadirte en su blog, no te sorprenda: están haciendo la misma comprobación.

Recuerda que diariamente se crean miles de blogs y se abandonan otros tantos.

4. Demuestra interés

Si pides que te añadan a la lista de enlaces de un blog, demuestra que realmente te interesa.

No utilices nunca mensajes "de copiar y pegar" que has enviado a un montón de sitios. Preséntate y convence de por qué tu enlace puede ser útil.

En definitiva, recuerda que el *blogroll* es una parte muy importante de tu blog. Intenta que sea lo más útil posible para tus lectores y no sólo un lugar de intercambio de enlaces para conseguir mejorar tus posiciones en los buscadores, tops o directorios.

5. Comprueba si el blog es adecuado

¿Qué tipo de enlaces ofrece el blog?

¿Tienen relación con la temática del blog?

La primera crisis: ¿alguien me lee?

Un sentimiento envuelve al bloguero novel antes de que empiece a recoger los frutos de su esfuerzo, a través de los comentarios y retroenlaces de los lectores y lectoras de su blog: es la sensación que no hay nadie al otro lado.

No te desanimes y sobretodo, nunca valores tu blog basándote en:

- El número de visitas: la blogosfera es un lugar para conversar, no sólo para leer. Las visitas no son un buen indicador de la calidad de un blog.
- El número de comentarios: más contenido, no es mejor contenido. Más comentarios, no son mejores informes. Además, generalmente, el número de comentarios está muy relacionado con el número de visitas.

*¿Verdad que no coges la cartelera
y miras cuál es la peli más larga
para sacar más provecho a tus 6 €?*

Gerry McGovern

- El número de retroenlaces: el número de blogs que referencien los contenidos de un blog podría ser un buen indicador para valorar... pero también nos engañaría.
Si trazáramos un mapa de blogs enlazándolos, considerando su **visibilidad** (enlaces entrantes) y **luminosidad** (enlaces salientes) la mayoría de las veces se enlaza con quien te enlaza.

En definitiva, si quieres ser un poco crítico no valores tu (o cualquier) blog en su conjunto sino por cada uno de sus artículos, y por cómo estos artículos tienen una repercusión en otros artículos. En la práctica esto quiere decir que los buenos artículos reciben retroenlaces y son comentados, ampliados, discutidos o criticados en otros blogs.

Los artículos buenos se multiplican por la red con **artículos hijos**. Los artículos malos no tienen descendencia.

Una buena idea es aquella que es capaz de generar nuevas ideas que al mismo tiempo generen otras buenas ideas.

Y vamos acabando...

Recordemos que en el módulo 2, descubríamos algunas herramientas que ahora te pueden ser muy útiles para hacerte más visible en la blogosfera: *tops*, *directorios*, *buscadores*, ...

Un último consejo (por ahora): no caigas en movidas raras que te prometen la luna, como es el caso de [Gomeme](#) (algo parecido a las cadenas de mails pero en blogs). Nadie regala nada ...