



Tirada: <b>54.077</b>	<b>elEconomista</b>	Superficie: <b>613,00 cm<sup>2</sup></b>	Ocupación: <b>69.88%</b>	Valor: <b>6.957,40</b>	Página: <b>45</b>
Difusión: <b>29.320</b> (O.J.D)					
Audiencia: <b>102.620</b>	<b>Nacional</b>	<b>Diaria</b>			
Ref: <b>2995772</b>	<b>Economía</b>				
	<b>2ª Edición</b>	<b>10/03/2010</b>			



# Trampolín al éxito: cómo crecer profesionalmente a partir de un blog

Abrir una bitácora virtual puede representar una potente tarjeta para encontrar nuevos trabajos...

...hasta el punto de que algunos usuarios anónimos han terminado viviendo de ellas

**M. Domínguez / I. Labrador**

MADRID. Marcos López nunca pensó que abrir un espacio gratuito para colgar sus opiniones en Internet se iba a convertir en una herramienta para lograr el éxito laboral. Su aventura comenzó cuando su cambio al encanto de los blogs abriendo *Futbolitis*, un espacio "donde mi hermano y yo buscábamos debatir sobre fútbol desde el punto de vista de la calidad y el análisis de los contenidos, no desde el *forofismo*". De analizar los sistemas tácticos de entrenadores y equipos de fútbol "como *hobby*", pasaron a contar con miles de comentarios en algunos de sus *posts*. Tal fue el éxito de *Futbolitis* que Marcos López catapultó, a través de su bitácora, su carrera profesional. Hoy comenta partidos de fútbol en radio y televisión. "Sin *Futbolitis* habría sido imposible, fue el principio de todo".

¿Puede un blog convertirse en una puerta de entrada hacia el éxito profesional? Falsarius Chef, el pseudónimo bajo el que escribe el autor del blog *Cocina para imposibles*, es otro ejemplo de cómo una bitácora en la red puede representar una herramienta útil para acceder a nuevas áreas del mercado laboral. En su caso empezó escribiendo

recetas de cocina "por hacer algo". Nunca pensó que en sólo unos años tendría tres libros publicados en el mercado. "Ha sido una gran sorpresa. Me lancé a la piscina sin ninguna fe. Al principio me leía la gente de mi entorno, pero luego la cosa empezó a crecer y empezaron a llamarme periódicos locales y pequeñas emisoras". Incluso ha llegado a tener espacios propios en programas de televisión y radio.

## Recetas de éxito

Ahora *Falsarius Chef* se dedica en exclusiva a esto, tras dejar su trabajo para entregarse a su blog de recetas. ¿Dónde está el secreto? En su caso, "el nacimiento de mi blog coincidió con el *boom* de la cocina española.

La alta cocina empezaba a despuntar y llegó un cocinero loco que hacía eso mismo, pero con congelados y latas". Pero quizás la clave esté en que "he tratado de mimar a cada visitante, contestar cada mensaje que recibo. Da mucho trabajo, pero ganar un lector es muy difícil y perderlo, facilísimo".

Ambos casos muestran cómo, en la blogosfera, una afición es capaz de abrir nuevas puertas de entrada al mercado laboral. "Abres un blog con tu nombre y al poco tiempo cualquier buscador te encuentra.

"Hoy en día, tu currículum es Google", comenta Enrique Dans, profesor de sistemas de información del IE Business School y bloguero. Abrir una bitácora le sirvió para llegar a nuevos públicos. "La máxima es escribir acerca de cosas que te apasionan y sobre las que puedas exhibir cierta autoridad", recomienda, aunque para él lo más importante es "tener una buena lista de fuentes de información y vincular lo que escribes a otras webs".

Pero no todo es lanzarse a la aventura esperando recoger frutos jugosos. "La clave está en ofrecer cosas diferentes", dice Marcos López. "Y en ser constante, actualizando el blog un mínimo de tres veces

por semana y, si se puede, una vez al día", recomienda Julio Alonso, fundador de *Weblogs*, la empresa de blogs más potente de Europa y matriz de *Vida Extra*, la bitácora más lucrativa de España, con unas ganancias al mes de 13.814 euros, según una lista elaborada por *Planetared*, con datos de *Cubestat*.

Y es que un blog puede ser mucho más que un tablón de opiniones. Según el mismo *ranking* que lidera *Vida Extra* -dedicado al mundo de los videojuegos-, existen en España al menos otros siete blogs con unas ganancias potenciales por encima de los 4.000 euros al mes, en función del número de visitas y de los *banners* de publicidad.

## Blogs en Facebook

Miguel Gutiérrez, autor de *La Libreta de Van Gaal*, una de las bitácoras de referencia del periodismo deportivo, experimentó una situación similar a las de los casos expuestos hasta ahora. Pero anuncia un nuevo escenario: "Los blogs ya no son una sorpresa porque todo el mundo está dentro. Esa tarjeta de visita también puedes potenciarla en las redes sociales", vaticina.

## Al detalle

### CÓMO GANAR DINERO EN LA RED OPINANDO

Un blog no es sólo un canal en el que expresar opiniones. "Es una tarjeta de visita", matiza Miguel Gutiérrez, autor de *La Libreta de Van Gaal*, quien se ha convertido en una referencia dentro de su sector de actividad a partir de los análisis y críticas que desarrollaba en su bitácora. Por ello, no es de extrañar que muchos *bloggers* terminen siendo gurús de determinados temas, e incluso lleguen a facturar ingentes sumas de dinero por sus opiniones. Recientemente, *IncomeDiary* ha publicado una lista con los 30 *bloggers* más ricos del mundo, a cuya cabeza se encuentra Michael Arrington, que factura 200.000 dólares al año por la publicidad que incluye en su bitácora *Techcrunch*, dedicada a la tecnología, el sector estrella de la blogosfera.

