

La caída del Guest Posting (O como los SEOs arruinamos todo)

Esta vez les traigo un post especial. Muchos se quejan de que Google quiere acabar con el SEO. De que **Matt Cutts solo busca joder a cualquiera que haga o pague por hacer SEO.**

Pero la realidad es que muchas veces **los mismos SEOs somos quienes echan todo a perder.** Nosotros y las personas que leen una técnica específica en algún sitio web y la repiten hasta el cansancio, hasta el límite.

Y cuando llegamos a ese límite es cuando vienen las penalizaciones y las pérdidas de visitas.

Este artículo es en parte una traducción de un post que leí hace unos días. Prefiero aclararlo y dar los créditos correspondientes, en lugar de traducirlo y hacerlo pasar como mío (*como he visto que hacen muchos blogs de SEO en Español*).

Y digo "en parte" porque también haré algunos comentarios a lo largo del artículo y una conclusión al final.

El post original es este:

[A Guest Post on the Death of Guest Posting](#), escrito por [Ryan Jones](#) para [Outspoken Media](#). Gracias a [Rhea Drysdale](#), CEO de Outspoken Media, por haberme dado permiso de traducirlo y publicarlo en mi blog! 😊



A Ryan Jones lo recuerdo por [este post](#) en su blog donde explicaba porque NADIE puede descifrar el algoritmo de Google y porque no es posible que Google favorezca a las "marcas" nada más por ser marcas. **Lectura muy recomendada** 😊

Dicho todo esto... vámonos al artículo!

La caída del Guest Blogging

Primero una definición rapidísima: El Guest Blogging se refiere a los clásicos "Posts como invitado" o Guest Posts. Básicamente contactas con un sitio y te ofreces para escribirle un artículo, ganando a cambio algunos enlaces. Yo mismo [lo he hecho antes](#).

Por sí aún no lo habían escuchado, Matt Cutts decretó [el fin del Guest Blogging](#), aniquilando así otra táctica SEO muy popular.

Porque eso es el Guest Blogging, **una táctica**. Muchos hemos visto muchísimos posts y

artículos sobre "Estrategias de Guest Blogging". Pero hay que dejar algo bien claro – hacer guest posting no es una estrategia. **Es una táctica. Y hay una gran diferencia.**

Una estrategia involucra **un plan a largo plazo y un objetivo**. Una táctica no es más que una acción que ayuda a lograr esa estrategia. En un momento tocaré este tema de nuevo.

Al parecer cada que una táctica SEO se vuelve popular, Google decide tomar cartas en el asunto. ¿Por qué pasa esto? Los fans de las teorías conspirativas dirán el mismo argumento de siempre, que **Google odia el SEO**, que está tratando de vender más en Adwords y demás. Solo hay que ignorarlos. [Google no odia al SEO](#).

Google odia las tácticas automatizadas que **le ofrecen poco valor a los usuarios de una web**, como el crear enlaces y contenido con el único fin de aumentar el posicionamiento.

Los SEOs arruinaron el Guest Blogging, no Matt Cutts



La razón por la que Google está tomando acciones en contra de los guest posts **es porque nosotros lo arruinamos**.

Lo arruinamos de la misma forma en la que arruinamos las meta keywords, los directorios, las notas de prensa, los blogrolls, los widgets, las infografías, los intercambios de enlaces, los directorios de artículos, los foros, los comentarios en blogs, wikipedia, y (*pensándolo bien no mencionaré esta táctica, aún funciona*). **En fin, entienden la idea.**

Arruinamos los guest posts de la misma forma en la que hemos arruinado todas las tácticas que hemos usado antes. Y *probablemente también como arruinaremos lo que sea que venga después*. Es por eso que agradezco que Twitter no sea un factor para el posicionamiento, porque seguramente lo arruinaríamos también.

[Nota de Rhea: De hecho, **los SEOs SI arruinaron Twitter**, cuando se vieron obligados junto con otras redes sociales a

implementar [nofollows!](#)]

Le apostamos todo al Guest Blogging y ahora estamos pagando el precio. Durante años ha sido la única táctica de link building que se platica en conferencias y eventos. Incluso llegamos **a hacer guest posts sobre los mejores métodos para encontrar blogs en donde pudiéramos hacer guest posts...**

El Guest Blogging llegó casi a sustituir al link building así como "[X número] de cosas que [Y

tema] me enseñó sobre el [SEO|SEM|PPC|Social Media]" reemplazaron los encabezados de los blogs.

No he visto tanto esto en el mercado hispanohablante, pero en el inglés se volvió una verdadera plaga. Tanto que existen [sitios como este](#) donde compilan listas de este tipo de posts: "5 cosas que un vídeo casero de rap me enseñó sobre el Outreach", "Lo que el Muay Thai me enseñó sobre los planes de Marketing", "Lo que la Anorexia me enseñó sobre el Guest Blogging".

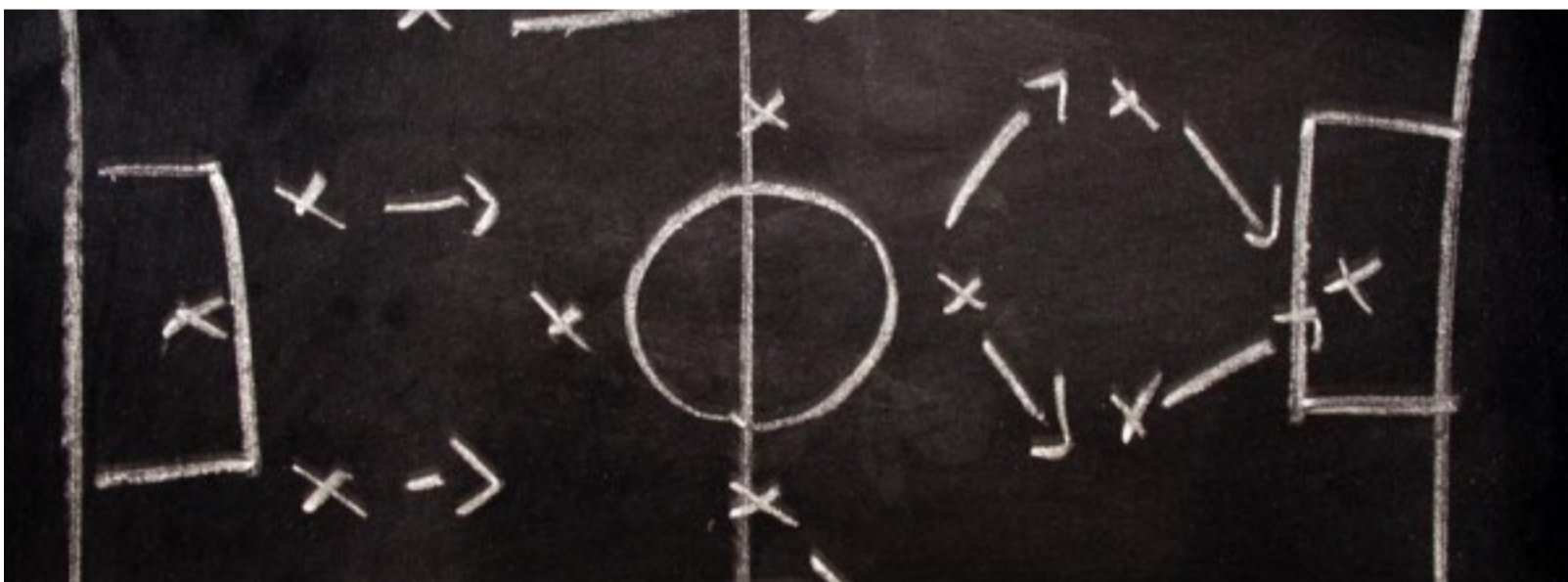
Paren... por favor...

El post que hizo Matt no debería sorprender a nadie. Cualquiera que haya sido SEO por un tiempo sabe que **eventualmente todas las tácticas son abusadas lo suficiente como para ponerse en la mira de Google.**

Los SEOs necesitamos corregir nuestra estrategia, no nuestras tácticas

El Guest Blogging no es el problema – **somos nosotros.** Podemos debatir todas las tácticas que queramos, pero nada va a cambiar. Es nuestra estrategia la que está mal, es en lo que debemos enfocarnos.

Es tiempo de que esta industria de un paso atrás y comience a enfocarse en el "por qué" de estas tácticas, en lugar de en el "que". Es tiempo de que olvidemos los checklists, los factores de posicionamiento y **los estudios de correlación** y nos enfoquemos en su lugar en la estrategia en general y los objetivos.



Como los SEOs ocasionaron la decadencia y caída de los directorios

¿Ya olvidaron la [famosa crítica de Danny Sullivan](#) acerca de los directorios y el link building? Si no la han leído, aquí un pequeño resumen:

Hace mucho tiempo **Google nos dijo que consiguiéramos enlaces desde directorios.** En esas épocas las personas de hecho utilizaban sitios como Dmoz y el directorio de

Yahoo! para encontrar sitios, así que era un buen consejo.

El mensaje fue *“hagan que su sitio obtenga enlaces que las personas verán”*, pero lo único que entendimos fue *“directorios”*. En lugar de tratar de obtener listados en lugares donde la gente buscaba, los SEOs comenzaron a crear montones de directorios que nadie jamás visitaba con el único propósito de enviar sus sitios.

Los directorios nunca fueron el problema, fueron los SEOs que no entendieron el mensaje.

Como los SEOs ocasionaron la decadencia y caída de las notas de prensa

Tristemente volvimos a hacer lo mismo con las notas de prensa.

El mensaje original de *“escriban una nota de prensa, y si un periodista la escoge, conseguirán muchos enlaces desde periódicos”* de alguna forma se perdió mientras estábamos ocupados en crear programas para enviar notas de prensa a miles de sitios que jamás han sido visitados por periodistas.

(Tip: Si la página principal del sitio en cuestión está enfocado en que tú envíes tus notas de prensa en lugar de en los visitantes, no es una buena estrategia de SEO).

¿Seguramente aprendimos después de este fiasco de las notas de prensa no? **No.**

Como los SEOs ocasionaron la decadencia y caída de los foros y los comentarios en blogs

Hicimos lo mismo con los enlaces desde foros y los enlaces desde comentarios. ¿Pero aprendimos la lección esta vez cierto? **Por supuesto que no.**



Como los SEOs ocasionaron la decadencia y caída de las infografías

Como polillas al fuego fuimos corriendo hacía las infografías. Claro, **seguramente empezaron siendo muy útiles.** Veías una infografía acerca de la distribución de la población que enlazaba a algún censo o acerca de los resultados de algún test que enlazaba a algún estudio educativo. Estas infografías eran geniales y consiguieron muchos enlaces. **También eran relevantes.**

Pero de alguna forma, **olvidamos las palabras “útil” y “relevante” y nos enfocamos en “infografía”.** Es casi como si hubiéramos pensado que de alguna forma tener enlaces spam irrelevantes incluidos en una infografía los



Yey! Hagamos guest posts!

volvía aceptables... y pronto comenzamos a ver infografías acerca de los mejores lugares para vivir en América que enlazaban a juega-poker-online-gratis-viagra.info

[El dominio está disponible... **Todo suyo!!**]

Como los SEOs ocasionaron la decadencia y caída del Guest Blogging

Entonces llegó el Guest Blogging. Al principio todos pensaban cosas como "Esto sí que no puede arruinarse, ¿O sí?", "Nadie sería tan estúpido como para mezclar spam en su propio blog y poner su nombre en el, ¿O sí?"

No, no fueron así de tontos. Fueron más!

La gente no solo comenzó a publicar basura, también crearon blogs que nadie en su vida iba a leer con el único propósito de postear esa basura. Y después, **lo automatizaron.**

Estoy bastante seguro que "*generar automáticamente artículos y enviarlos a un montón de correos aleatorios hasta que alguien decida publicarlo*" NO era a lo que Matt se refería cuando uso palabras como "**de alta calidad**", "**original**", "**relevante**" y "**de valor**" en su aprobación original del guest blogging. En su post reciente, Cutts usa la palabra "decaimiento". Y dada nuestra historia con las diferentes tácticas SEO, **no puedo pensar en una mejor forma de decirlo.**

La táctica no es la que importa, es la estrategia.

Si nuestra estrategia es mostrar un sitio a una audiencia relevante a través de la creación de contenido y conexiones útiles, no puedes equivocarte.

Si tu estrategia es simplemente cambiar el método por el cual automáticamente creas enlaces de baja calidad, irrelevantes y de alto riesgo, **solo terminarás de vuelta aquí leyendo esta misma queja en un medio diferente.**

El Guest Blogging de baja calidad esta muerto, pero no el Guest Posting

El Guest blogging aún puede funcionar. ¿Te negarías a escribir una columna en CNN si te dijeran que tu enlace llevará un nofollow? Claro que no! Porque esos sitios envían mucho tráfico – **esa es la clave.** Todo se trata de la audiencia, no del HTML.

- Este es un guest post. Claramente lo estás leyendo porque (espero) tengo algo interesante que decir. Probablemente verás un enlace a mi sitio web o mi cuenta de Twitter, **pero ese no era el fin de este post.** El propósito de este post era compartir mis pensamientos y puntos de vista con una audiencia que tal vez lo encuentre útil – y esa

estrategia nunca va a morir.

- Lo mismo va para las notas de prensa. **Aquellos que solo las escriben para obtener algunos enlaces no verán muchos beneficios**, pero quienes escriban notas de prensa que realmente sean escogidas por periodistas verán una gran afluencia de tráfico.
- ¿Infografías? **Lo mismo**. Si estás resumiendo tus datos y enlazando a esos datos – entonces cualquier sitio que incluya tu gráfica con gusto enviará a sus lectores a conocer el origen de esos datos para aprender más.
- ¿Directorios? Lo importante no son los enlaces que puedas conseguir ahí, **sino las visitas y los contactos que obtengas** por estar listado en algún directorio.

Haciendo link building logras un buen posicionamiento. Teniendo un buen posicionamiento, logras más tráfico. Así es como siempre lo he visto, **pero algunos de nosotros se enfocaron tanto en las tácticas de link building y en las posiciones que olvidamos que el tráfico es el objetivo real**.

Así que sí, este tipo de tácticas tal vez estén muertas desde un punto de vista enfocado en crear enlaces [para manipular a Google y el PageRank](#). Pero si los manejas desde un punto de vista exclusivamente enfocado a obtener más visitas, aún son una opción fuerte y viable.

Adelantándome un poco, estoy seguro que Google no tendrá ningún problema para encontrar esos “Guest Blogs” e ignorar sus enlaces. También estoy seguro de que muchos SEOs encontrarán formas creativas de **enmascarar sus guest posts para manipular a Google** y la confianza que deposita en ciertos autores, así como estoy seguro de que esté no será el último guest post acerca del guest posting.

Pero no se preocupen, confío en que pronto surgirá otra táctica SEO que tomará su lugar; **y será cuestión de tiempo para que la arruinemos también**.

Comentario Final – Como evitar ser penalizado

¿Les suena el guest posting? Tal vez sí... pero tal vez no.

¿Qué tal las reseñas?

Ahh, ¿Eso sí, no?

Pues bien, en esencia **es muy similar al guest posting, solo que con mayor riesgo**, pues están pagando por el enlace. Y los enlaces pagados son un gran ‘no-no’ en Google. Así que están corriendo un doble riesgo, por un lado es una peor forma de guest posting y además involucra dinero!





¿Utilizas muchas reseñas o basas tu link building en alguna de las tácticas anteriores y quieres evitar ser penalizado en un futuro?

Simple: No te bases solo en esa táctica.

En general, **NO BASES TU LINK BUILDING EN UNA SOLA TÁCTICA.**

Si tooodos tus enlaces son reseñas, **o los conseguiste con la misma táctica**, es muchísimo más probable que sufras alguna penalización. Al menos combínala con otras tácticas...

O mejor aún! Comienza a pensar en términos de ESTRATEGIA y no solo en tácticas.

En Octubre tengo planeado publicar un post sobre como armar una estrategia SEO... pero no en mi blog 😊 (Psst, Guest Posting!!)

La caída del Guest Posting (O como los SEOs arruinamos todo)
by SEO Diaz

Posts relacionados

[9 Errores SEO comunes \(Desde los basicos a los avanzados\)](#) (1)

[9 técnicas efectivas para conseguir backlinks](#) (1)

[1 método para conseguir enlaces de calidad sin hacer SPAM](#) (1)

Esta entrada fue posteada en [Link building](#) con las tags [Rants](#), [Tecnicas No Recomendadas](#). Agrega a [favoritos](#).