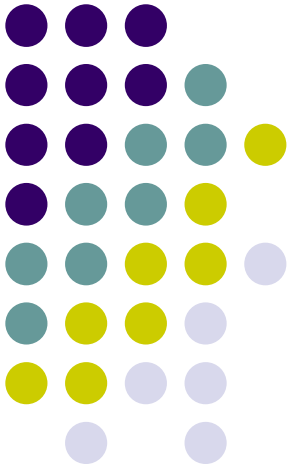
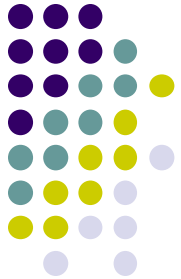
SEO y Periodismo

Lluís Codina
Área de Formatos Digitales e Interactivos.
Facultad de Comunicación.
Grados en Periodismo y en Comunicación Audiovisual UPF

2017



Estructura de la Presentación



- **Primera parte. SEO General: HTML y SERP**
  - Qué es el SEO
  - Factores de posicionamiento
  - Código fuente: HTML y Metadatos
  - SERP y Metadatos
- **Segunda parte. SEO y Periodismo**
  - Contenido: presentación y optimización
  - Factores de posicionamiento OnSite
  - CMS y SEO
  - Optimización SEO de noticias periodísticas

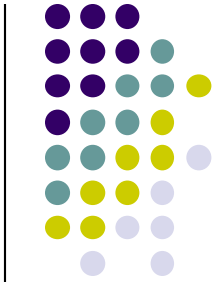
Contexto

- Una parte muy importante del tráfico web NO llega por navegación directa, sino:
  - De la página de resultados de un buscador (Google)
  - De redes sociales: principalmente Facebook pero también Twitter
- El **90** por ciento de los usuarios consulta solamente la **primera página** de resultados de los buscadores

Qué es el SEO

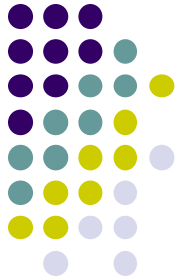
- SEO: Search Engine Optimization
- Conjunto de buenas prácticas para “posicionar un sitio o una página web en los buscadores” y en las redes sociales
- Posicionarse: aparecer en la **primera** página de resultados de los buscadores y tener visibilidad en las redes
- Los sitios que “posicionan” bien siguen unas pautas
  - Internas a la página (p.e. código fuente y contenido)
  - Externas a la página (p.e. enlaces de entrada)
- El análisis de esas pautas es parte fundamental del SEO

SEO y Comunicación



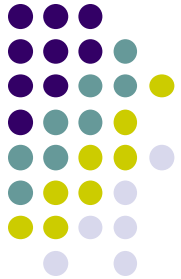
- Ningún sector de la comunicación ni ningún desarrollo o producción mediática puede ignorar el SEO
  - Diarios
  - Cibermedios
  - Magazines
  - Canales de radio y televisión
  - …

Factores Internos (*On Page*)



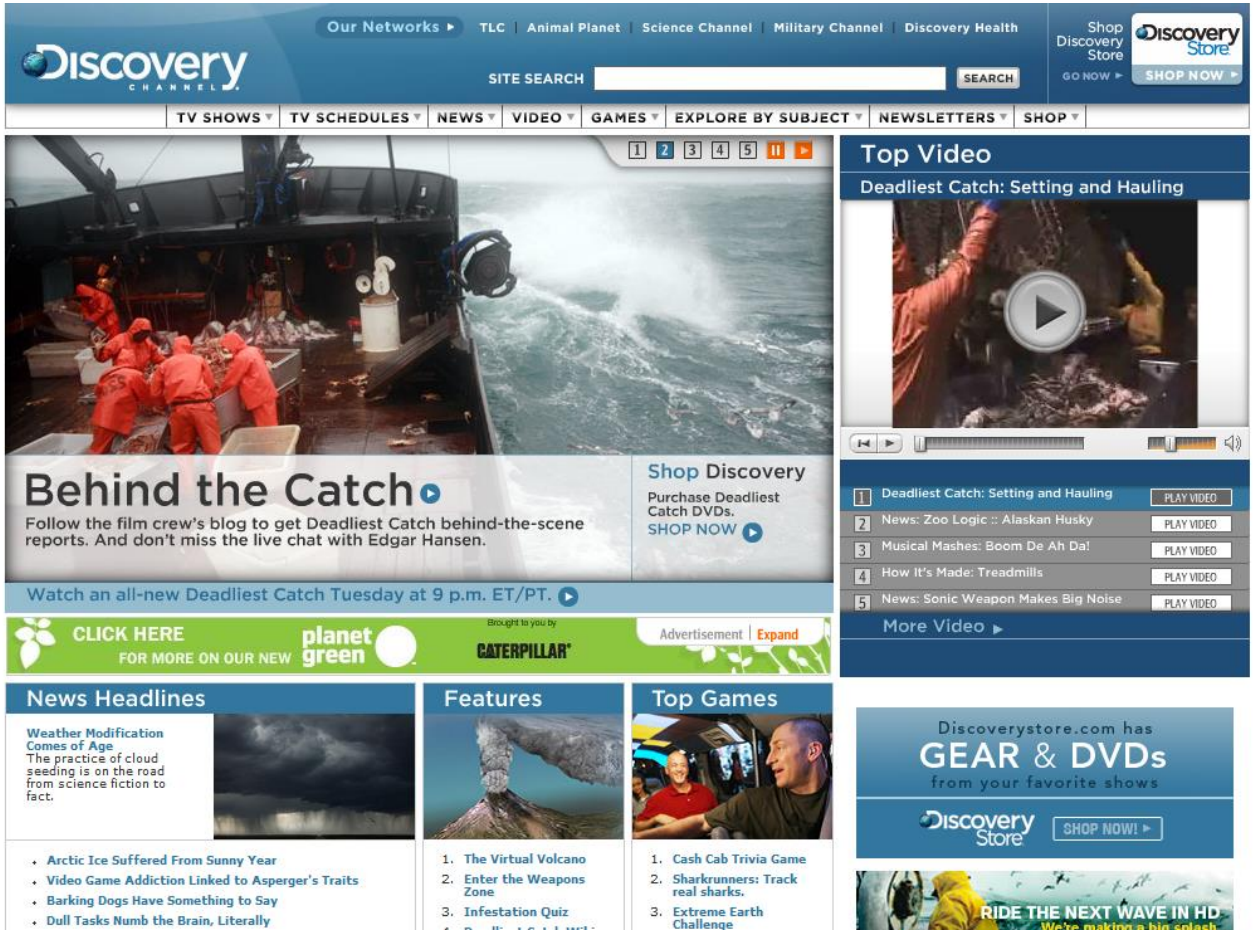
- **Dominio/Hosting**
  - **URL**
  - Antigüedad/Compromiso
  - Reputación
- **Contenido**
  - Textual
  - Multimedia
- **Código fuente**
  - HTML + CSS
  - Metadatos
- **Enlaces**
  - **Navegación interna** (páginas del sitio)
  - Externos (a páginas de otros sitios)

SEO y Código Fuente

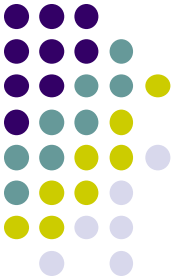


- Sitio web:
  - Conjuntos de unidades de información y elementos multimedia distribuidos (no unitarios)
- Elemento de unión, visualización y navegación:
  - Código fuente: HTML (+ CSS)
- Sitio web:
  - Conjunto de documentos HTML interpretados por un navegador

Cómo vemos nosotros una página web



Como la ve un buscador: Código fuente



Guardar Aplicar cambios

```
                                </ul>
                        </td></tr></tbody></table><!--[if lte IE 6]></a><![endif]--></li>
                        <li class="tophatNavigationPipe" style="width: 57px; height: 20px;" onmouseover="switchOn('ndp3');"
onmouseout="switchOff('ndp3');"><a href="http://dsc.discovery.com/news/news.html" target="_top"><img name="ndp3" src="http://dsc.discovery.com/
images/tophat/990/navigation/news.gif" width="57" height="20" alt="news" /><!--[if IE 7]></a><![endif]--><table summary="news
menu"><tbody><tr><td>
                                <ul class="ndpAlpha">
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/animals/animals.html" title="Animals"
target="_top">Animals</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/archaeology/archaeology.html" title="Archaeology"
target="_top">Archaeology</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/dinosaurs/dinosaurs.html" title="Dinosaurs"
target="_top">Dinosaurs</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/human/human.html" title="Human Interest"
target="_top">Human Animal</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/history/history.html" title="History"
target="_top">History</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/earth/earth.html" title="Planet Earth"
target="_top">Planet Earth</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/space/space.html" title="Space"
target="_top">Space</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/news/subjects/tech/tech.html" title="Tech" target="_top">Tech</
a></li>
                                </ul>
                        </td></tr></tbody></table><!--[if lte IE 6]></a><![endif]--></li>
                        <li class="tophatNavigationPipe" style="width: 61px; height: 20px;" onmouseover="switchOn('ndp4');"
onmouseout="switchOff('ndp4');"><a href="http://dsc.discovery.com/beyond/" target="_top"><img name="ndp4" src="http://dsc.discovery.com/images/
tophat/990/navigation/video.gif" width="61" height="20" alt="video" /><!--[if IE 7]></a><![endif]--><table summary="video menu"><tbody><tr><td>
                                <ul class="ndpAlpha">
                                        <li><a href="http://video.discovery.com" title="Watch Full Episodes" target="_top">Watch Full
Episodes</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/
beyond/?playerId=203711706&amp;categoryId=210013693&amp;lineupId=15803052" title="What's Hot" target="_top">What's Hot</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/beyond/?playerId=203711706&amp;categoryId=210014191" title="On
TV" target="_top">On TV</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/beyond/?playerId=203711706&amp;categoryId=210013712"
title="Discovery News" target="_top">Discovery News</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/beyond/?playerId=203711706&amp;categoryId=230282648"
title="Explore by Subject" target="_top">Explore by Subject</a></li>
                                        <li><a href="http://dsc.discovery.com/
beyond/?playerId=203711706&amp;categoryId=210014206&amp;lineupId=16866169" title="Most Watched" target="_top">Most Watched</a></li>
                                </ul>
                        </td></tr></tbody></table><!--[if lte IE 6]></a><![endif]--></li>
                        <li class="tophatNavigationPipe" style="width: 65px; height: 20px;" onmouseover="switchOn('ndp5');"
onmouseout="switchOff('ndp5');"><a href="http://dsc.discovery.com/games/games.html" target="_top"><img name="ndp5" src="http://
dsc.discovery.com/images/tophat/990/navigation/games.gif" width="65" height="20" alt="games" /><!--[if IE 7]></a><![endif]--><table
```

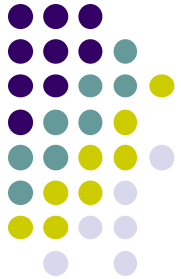
Ejercicio

- Vaya a una página web de un medio de comunicación de su elección (p.e. Vilaweb)
- Aprenda a ver el código fuente de su página principal
- Haga una captura de pantalla

El código fuente

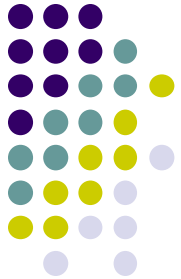
- Un **mismo** código fuente, y **tantas** interpretaciones como diversos:
  - Navegadores
    - Firefox, Chrome, Explorer, etc.
  - Tamaños de pantalla
    - 15”, 21”, etc.
  - Sistemas operativos
    - Windows, Linux, OS, Android, etc.
  - Dispositivos
    - Portátiles, móviles, tabletas, etc.

Composición del código fuente



- **Contenido** para los seres humanos
  - Textual
  - Multimedia
- **Metadatos** para los buscadores
  - Título, descripción, palabras clave, autor…
- **Marcado** HTML para estructurar la página en el navegador h1, h2, p, a…

Metadatos: información sobre la información



- No es eficiente buscar información de forma directa. Es (mucho) más eficiente usar metadatos:
  - La **guía** de programas de televisión: en lugar de ir pasando de cadena en cadena (cuando lleguemos al programa buscado, ya habrá acabado)
  - Las **palabras clave** de las fotografías en los bancos de imágenes: en lugar de revisarlas una por una
  - Los **catálogos** de bibliotecas: en lugar de ir recorriendo las estanterías una por una

Marcado: estructurar el contenido

Si aparecen estas marcas	El significado es	El navegador lo presentará así
h1 Ej. Televisión de calidad	Título principal	Con un cuerpo de letra superior al tamaño base y en negrita **Televisión de Calidad**
h2 Ej. Google News	Título de segundo nivel	Un cuerpo algo superior al tamaño base, pero menor que el anterior, y en negrita **Google News**
p El SEO tiene impacto positivo en el tráfico web	Párrafo	Cuerpo de tamaño base (p.e. 12 pt) y en redonda El SEO tiene impacto positivo en el tráfico web

Ejercicio

- Vuelva a abrir el código fuente de la página principal de un medio de comunicación del **sector audiovisual (**nacional o internacional)
- Vea si puede localizar ejemplos de lo siguiente (puede usar el buscador interno de la página que muestra el código fuente):
  - **Metadatos y Marcado HTML**
    - **Metadato title**: busque, p.e. una línea de texto de este estilo: <title>xxx, zzz, yyy</title>
    - **Etiqueta html:** busque una etiqueta **h1** o **h2**, de este estilo: <h2>xxx, yyy, zzz</h2>
- Documente el ejercicio con una captura de pantalla

Ejemplo simple de código fuente suficiente

```
1  <!DOCTYPE html>
2  <html>
3  <head>
4
5  <title>La Tierra</title>
6
7  </head>
8
9  <body>
10
11 <h1>La Tierra</h1>
12
13 <p>La Tierra (de Terra, nombre latino de Gea, deidad griega de la feminidad y la fecundidad) es un planeta
   del Sistema Solar que gira alrededor de su estrella en la tercera órbita más interna. Es el más denso y el
   quinto mayor de los ocho planetas del Sistema Solar.</p>
14
15 </body>
16 </html>
17
```

Ejercicio – Abrir el bloc de notas y copiar este contenido:

SEO y Comunicación Audiovisual: Una presentación general

1. Introducción

SEO son las siglas de Search Engine Optimization. Se refiere al conjunto de análisis y buenas prácticas de creación de contenido que ayudan a posicionar una página en un buscador

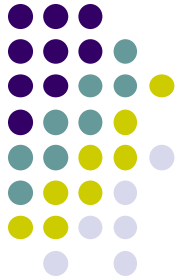
2. El SEO y la Comunicación Social

Actualmente, ningún medio de comunicación puede ignorar el decisivo impacto de los buscadores y las redes sociales en el tráfico del mismo.

3. Factores principales

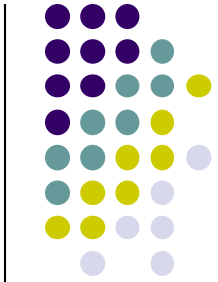
Los factores principales de visibilidad de un sitio se distribuyen entre los denominados Factores On Page y Off Page.

Ejercicio



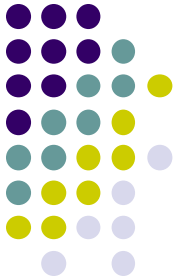
- Guardar el contenido del bloc de notas con este nombre de archivo:
  - pag01.html
- Sin cerrar el bloc de notas (minimizar), hacer dos clics en el archivo pag01.html y ver el resultado en el navegador
- ¿Presenta algún tipo de estructura?
- ¿Tienen algún efecto los espacios e “intros” presentes en el texto?

Etiquetas HTML imprescindibles



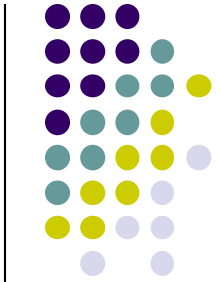
- <html>
  - <head>
    - <title> … </title>
  - </head>
  - <body>
    - <h1> … </h1>
    - …
  - </body>
- </html>

Ejercicio



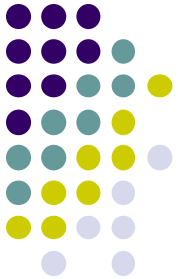
- Vuelva al bloc de notas y estructure el texto con las siguientes etiquetas:
  - html
  - head
  - body
  - h1
  - h2
  - p
- Compruebe el resultado en el navegador

Metadatos



- ¿Dónde están?
  - En la sección <head>
  - En secciones concretas del código fuente
- ¿Dónde aparecen?
  - En la página de resultados de los buscadores

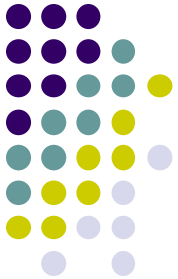
Ejemplo Metadato title en Vilaweb



<title>VilaWeb - Diari digital líder en català. Última hora, notícies i opinió</title>

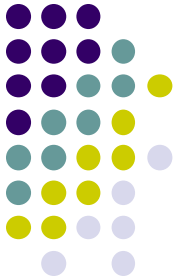
Visible en la página de resultados de Google

Repasemos: el contenido visible



```
1  <!DOCTYPE html>
2  <html>
3  <head>
4
5  <title>La Tierra</title>
6
7  </head>
8
9  <body>
10
11 <h1>La Tierra</h1>
12
13 <p>La Tierra (de Terra, nombre latino de Gea, deidad griega de la feminidad y la fecundidad) es un planeta
   del Sistema Solar que gira alrededor de su estrella en la tercera órbita más interna. Es el más denso y el
   quinto mayor de los ocho planetas del Sistema Solar.</p>
14
15 </body>
16 </html>
17
```

El contenido invisible (en el navegador): sección <head>

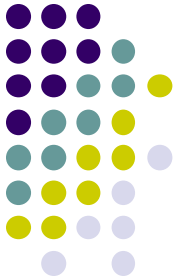


```
1  <!DOCTYPE html>
2  <html>
3  <head>
4
5  <title>La Tierra</title>
6
7  </head>
8
9  <body>
10
11 <h1>La Tierra</h1>
12
13 <p>La Tierra (de Terra, nombre latino de Gea, deidad griega de la feminidad y la fecundidad) es un planeta
   del Sistema Solar que gira alrededor de su estrella en la tercera órbita más interna. Es el más denso y el
   quinto mayor de los ocho planetas del Sistema Solar.</p>
14
15 </body>
16 </html>
17
```

Metadatos explícitos

- En la sección **<head>**
  1. title
     ```
     <title>Título de la página</title>
     ```
  2. description
     ```
     <meta name= “description” content=
     “Frase descriptiva del contenido de la
     página” />
     ```
- En los **enlaces** a las imágenes
  3. alt
     ```
     <img alt=“título o descripción
     imagen”>nombreficheroimagen</img>
     ```

Metadatos funcionales o “señales”

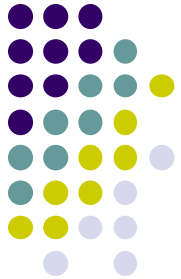


- **Marcado estructural con valor semántico**
  - h1, h2, h3, etc.
  - strong
- **Palabras clave en el texto de las URL**
  - **Dominio**
  - www.lainformacion.com
  - www.eldiario.es
  - **Secciones**
    Ej: www.lainformacion.com/cultura/
- **Nombres** de archivos
  Ej: plaza-paris.jpg
  No: 16038.jpj

Ejercicio

- Añadir metadatos a la página:
  - **title** (max. 70 caracteres)
    - Ejemplo: <title>Primer ejemplo de página web</title>
  - **description** (max. 140 caracteres)
- Documentar con captura de pantalla del código fuente

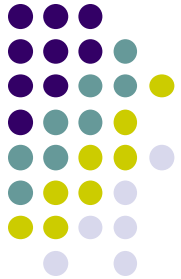
La Página de Resultados (SERP)



- SERP: Search Engine Results Page
- La SERP es:
  - La vía en la que un buscador proporciona resultados
  - La manera en la cual los usuarios **vemos** la web
  - Para medios de comunicación (cibermedios): una de las plataformas principales de distribución de noticias
- En consecuencia: el análisis de las SERP es otro punto fundamental del SEO

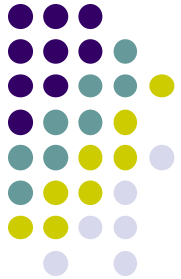
Componentes de una SERP
El snippet = resumen

Snippet o resumen



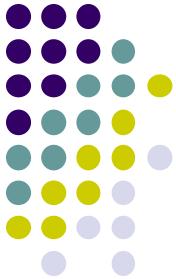
- Componentes:
  - Título de la página
  - URL de la página
  - Descripción de la página
- Los tres componentes son **esenciales** para conseguir que el usuario haga clic en los resultados
- Podemos “manipular” esos componentes gracias a los metadatos

Ejercicio - Preparación



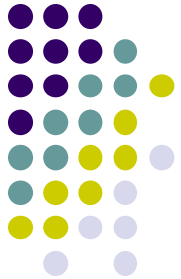
- Haga una búsqueda para algún término vinculado con su blog y examine la SERP resultante y considere los siguientes componentes de cada **snippet**:
  - **Título:** ¿a qué etiqueta o metadato corresponde?
  - **Descripción:** ¿a qué etiqueta o metadato corresponde?

Ejercicio - Complete esta tabla en su dossier de ejercicios de la Unidad



Snippet	Metadatos HTML
Título	
Descripción	

Factores Externos (off page)

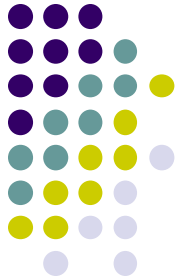


- **Enlaces de entrada**
  - Número
  - **Reputación**
  - **Proximidad temática**
  - Texto del anclaje
- **Web social**
  - Google+
  - Twitter
  - Youtube
  - LinkedIN
  - Facebook
- **Tráfico**

Ejercicio

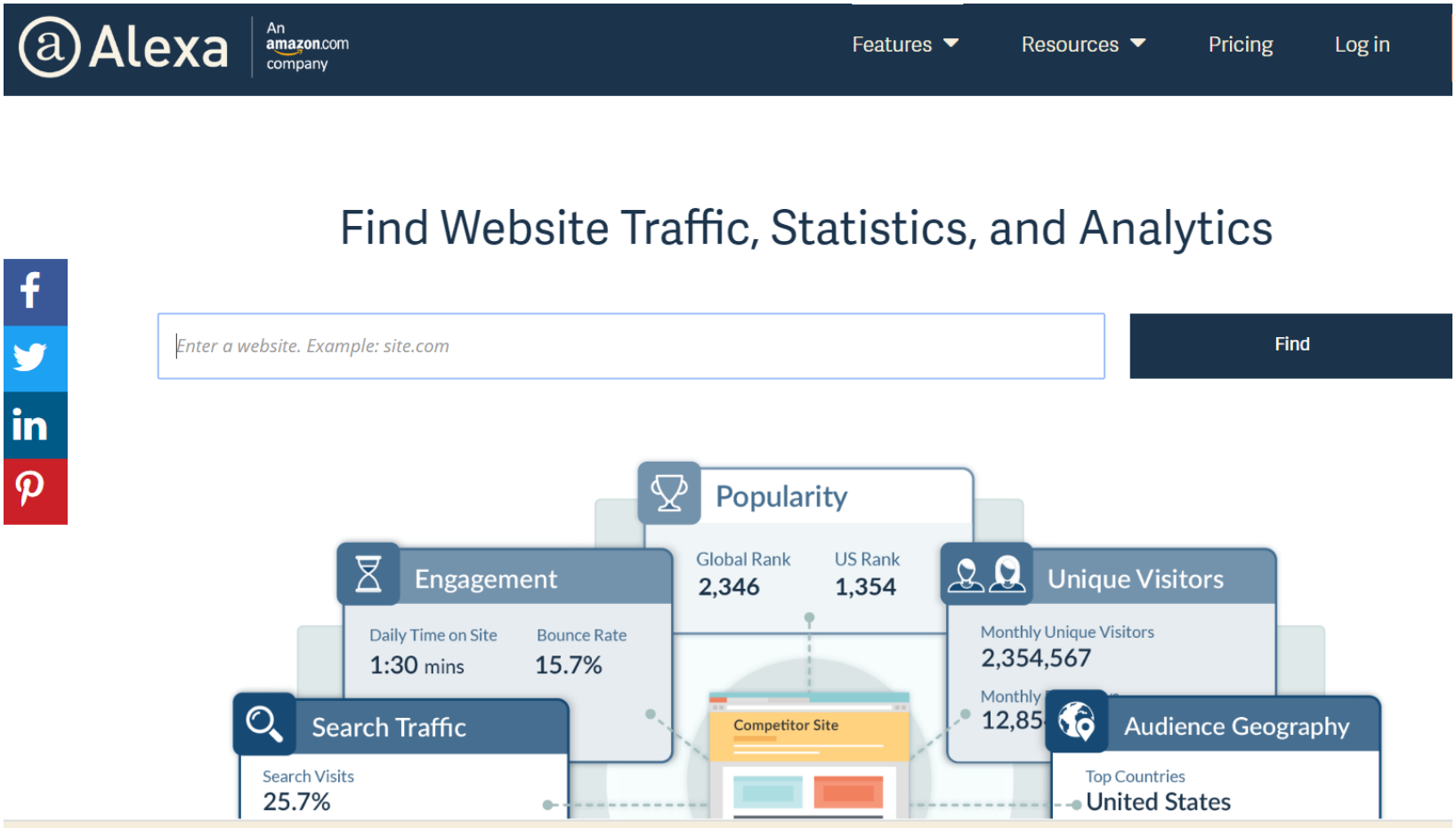
- Existen factores tanto **positivos** como **negativos** en el SEO.
- Visite el sitio:
- http://searchengineland.com/seotable
- Identifique dos factores **negativos** *On-the-Page* (p.e. en Content y HTML) y otros dos de *Off-the-Page* (p.e. en Links y Trust).
- Haga una captura de la página con la infografía y señale (o transcriba) los factores seleccionados.

Herramientas para obtener información SEO sobre un medio de comunicación



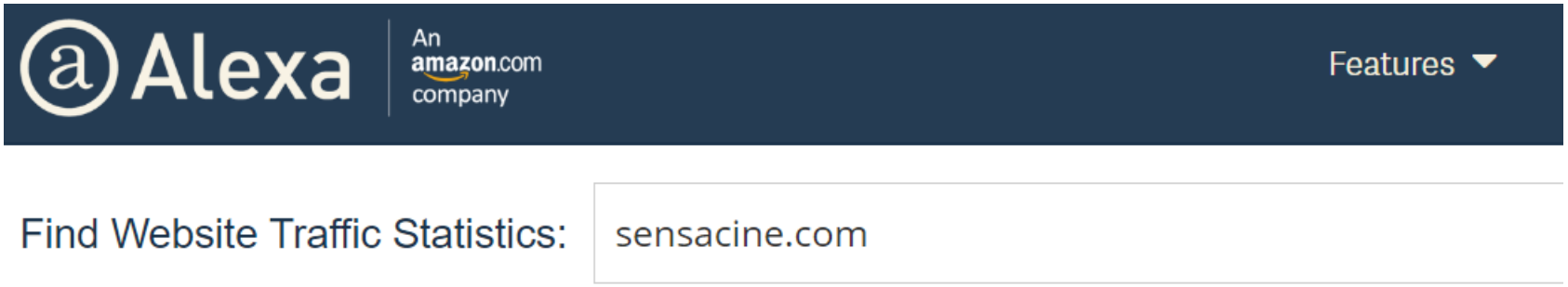
- Los siguientes sitios facilitan información SEO sin necesidad de registro previo:
  - **http://www.alexa.com/siteinfo**
  - **https://moz.com/researchtools/ose/**
  - **https://website.grader.com/**
  - **http://seositecheckup.com/**
  - **http://www.seoptimer.com/**
- Otras herramientas se pueden consultar aquí:
  - https://www.lluiscodina.com/guias-seo-avanzado/

El caso de Alexa como sistema de información



Ejercicio - Preparación

- Entre en Alexa
- Consiga información sobre un sitio, por ejemplo, sobre Sensacine (use la URL del medio para buscar esa información sensacine.com):



Alexa – Ejemplo de datos-1

How popular is sensacine.com?

Alexa Traffic Ranks

How is this site ranked relative to other sites?

Global Rank

3,389 ▲ 761

Rank in Spain

177

Alexa – Ejemplo de datos - 2

How engaged are visitors to sensacine.com?

Bounce Rate	Daily Pageviews per Visitor	Daily Time on Site
64.60% ▲ 6.00%	2.28 ▼ 6.17%	2:09 ▲ 2.00%

Where do sensacine.com's visitors come from?

Search Traffic

What percentage of visits to this site come from a search engine?

Search Visits

38.10% ▲ 12.00%

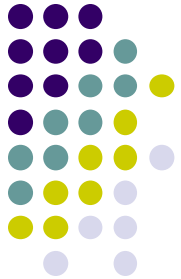
Top Keywords from Search Engines

Which search keywords send traffic to this site?

Keyword	Percent of Search Traffic
1. la chica del tren	0.78%
2. un monstruo viene a verme	0.59%
3. estrenos 2016	0.50%
4. buscando a dory	0.49%
5. vikingos temporada 5	0.47%

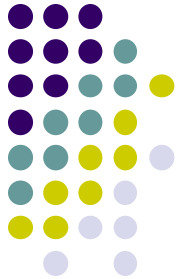
Upgrade to View

Ejercicio – Preparación 2



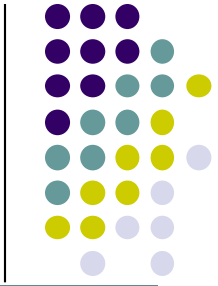
- Observe los datos que proporciona Alexa sobre el sitio especificado. En especial:
  - Ranking global
  - Ranking local (en el país de origen)
  - Tasa de rebote
  - Tiempo de permanencia
  - Tiempo diario en el sitio
  - Número de enlaces de entrada
  - Otros datos demográficos

Ejercicio - Planificación



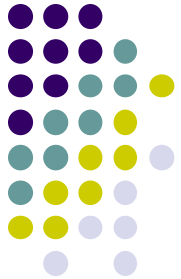
- Con los datos que pueda obtener de Alexa, haga una tabla comparativa de entre 4 y 6 indicadores SEO de su elección (p.e. ranking global, nacional, tasa de rebote y número de enlaces de entrada) de dos medios de comunicación (p.e.):
  - El País
  - El Mundo

Copiar código fuente para la página de ejercicios



```
<html>

<head>

<title> SEO y Periodismo: Claves y Recursos para la Comunicación Social</title>

</head>

<body>

<h1>SEO y  Periodismo: Pesentación general</h1>

<hr />

<h2>1. Introducción</h2>

<p>SEO son las siglas de Search Engine Optimization. Se refiere al conjunto de análisis y buenas prácticas de creación de contenido que ayudan a posicionar una página en un buscador</p>

<h2>2. El SEO y la Comunicación Social</h2>

<p>Actualmente, ningún medio de comunicación puede ignorar el decisivo impacto de los buscadores en el tráfico del mismo. Las producciones de los medios de comunicación deben estar doblemente optimizadas: para los lectores (capa periodística) y para la visibilidad en la web (capa SEO)<p>

<h2>3. Casos de interés</h3>

<p>El sitio de la PBS, la televisión pública de EEU,  está muy bien posicionado</p>

<hr />, L
<h3>Última actualización:xx de xxxxx de xxxx. Por  xxxx xxxx.</h3>

</body>
</html>
```

Anatomía de un enlace

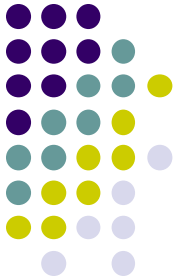


- Ejemplo: sea un enlace a la web de la PBS

```
<a href="http://www.pbs.org/">PBS</a>
```

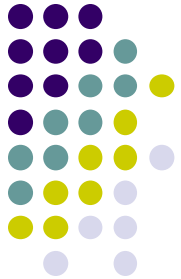
- Componentes:
  - Elemento: a
  - Etiquetas de inicio y final: <a> …
  - Atributo: href
  - Valor del atributo: "http://www.pbs.org/"
  - Texto de anclaje, **anchor text** o contenido afectado: PBS

Ejercicio



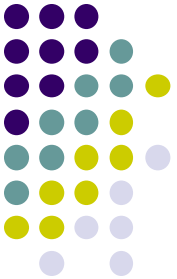
- Hacer un enlace a la página principal de la PBS (o de un cibermedio a su elección) utilizando el código fuente anterior.
- Usar el nombre del medio como texto de anclaje o anchor text.
- Comprobar su funcionamiento en el navegador.
- Capturar navegador y código fuente.

Hojas de estilo (CSS)



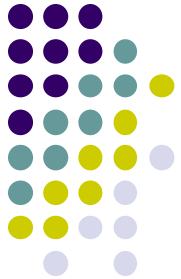
- Otra clase de código fuente
- CSS
  - Misión: separar el contenido de la presentación
    - Un solo contenido, presentaciones diferente
    - Modificar con facilidad la presentación de muchas páginas a la vez
- Distribución de funciones:
  - Estructura > html
  - Presentación > css
  - Ejemplo
  - `h2 {font-family: calibri, verdana; color: orange;}`

Ejemplo de código CSS como estilo incrustado



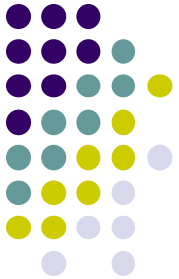
```
<style type="text/css">

h2 {font-family: calibri, verdana; color: orange; font-weight: normal; font-size: 20pt;}

</style>
```

Ejercicio



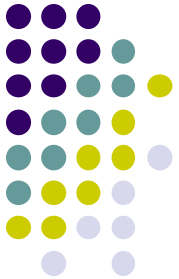
- Modificar tipografía para los siguientes elementos:
- **Primera parte**: cambiar la familia de letra de toda la página por una de tipo sans-seriff. Elemento a utilizar:
  - body
- **Segunda parte**: cambiar el color y (opcionalmente) la familia de letra para que cada nivel de título tenga un tratamiento diferente. Hacer que todos los títulos utilicen letra redonda (no negrita). Deberá usar estos dos elementos:
  - h1
  - h2

Los CMS



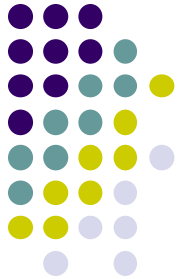
- CMS
  - Content Management System
  - Forma real de publicar y mantener sitios web
  - Soporte para el SEO con:
    - Metadatos
    - Clasificaciones
    - Etiquetas
    - Análisis SEO

WordPress



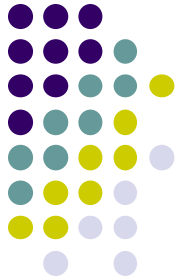
- El CMS más importante
- Gratuito
- Open Source
- 30 por ciento de los sitios web que utilizan un CMS
- Amplio uso en medios de comunicación

Versiones de WordPress



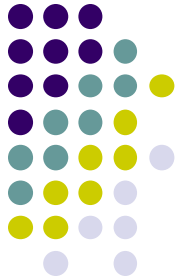
- ORG
  - Requiere un dominio propio y un hospedaje independiente
  - El software en sí (WordPress) es gratuito, la compra del dominio y la contratación del hospedaje tiene costes anuales (a partir de unos 120 euros anuales)
- COM
  - No requiere dominio propio y el hospedaje es gratuito
  - Limitaciones:
    - URL del tipo https://loquesea.**wordpress.com**
    - Limitaciones en los temas y plugins disponibles
    - Limitaciones en las posibilidades de tratamiento del SEO

WordPress para Medios de Comunicación o Blogs Periodísticos - 1



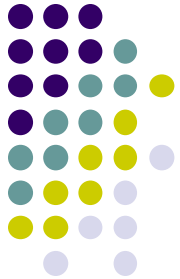
- Contenidos
  - **Entradas**
    - Contenidos dinámicos
    - Apropiadas para las noticias
    - Una entrada = una noticia = una URL independiente
    - Las Entradas pueden estar asignadas a categorías y pueden tener etiquetas
    - Las Entradas pueden ser objeto de promoción y distribución individual en las redes sociales
  - **Páginas**
    - Contenidos estáticos
    - Apropiadas para la página de créditos
    - Cada medio o blog debe tener una página de créditos con información de sus redactores y un correo electrónico de contacto
    - Otras informaciones, como los objetivos o los valores del medio también pueden ser adecuados para una página estática
  - **Taxonomías**
    - Categorías: principales secciones donde clasificar cada noticia. Jerárquicas: pueden tener subcategorías
    - Etiquetas: palabras clave para representar cada noticia. Planas: no pueden tener subetiquetas

WordPress para Medios de Comunicación o Blogs Periodísticos - 2



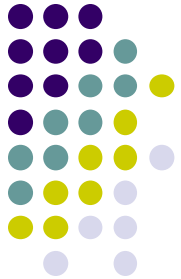
- Caracterización de cada noticia
  - **Categorías**
    - Forman la columna vertebral de la navegación del medio
    - Cada noticia debe estar asignada al menos a una Categoría
    - Eventualmente, cada noticia puede estar asignada a más de una Categoría
      - Pero, no es conveniente asignarlas a muchas categorías por la pérdida de la capacidad de navegación
  - **Etiquetas**
    - Ayudan a caracterizar cada noticia de forma más precisa mediante palabras clave
    - Cada noticia debe tener entre 2 y 4 etiquetas, pero puede tener más si la extensión de la noticia lo justifica.
    - Las Etiquetas pueden asignarse más libremente, pero es importante usar siempre las mismas Etiquetas para representar los mismos temas
- Resumen
  - Categorías = Clases y subclases principales. Entre 2 y 10 como orientación típica. En todo caso, unas pocas decenas como máximo.
  - Etiquetas = Palabras clave. Tantas como sean necesarias, pero tampoco es aconsejable multiplicarlas, porque se volverían inútiles como ayuda a la navegación. No es aconsejable muchas más un centenar, como orientación.

WordPress para Medios de Comunicación o Blogs Periodísticos - 3



- Las **Categorías** y **Etiquetas** son la base del sistema de **Navegación** del medio
  - **Categorías**: tantas como secciones principales tenga el medio:
    - Entre 2 (mínimo) y 10-20 como máximo
  - Las Categorías pueden tener **Subcategorías**:
    - Las Subcategorías pueden ayudar a una navegación más precisa y a un menú mejor articulado
    - Entre 2 y 10 como orientación general, pero menos es mejor (entre 2 y 6, p.e.)
  - Las Categorías deben formar parte del menú principal
  - Algunas **Etiquetas** pueden formar parte del menú principal, aunque debe considerarse convertirlas en Categorías en tal caso

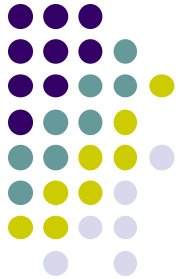
CMS y Posicionamiento



Solamente en la versión .org

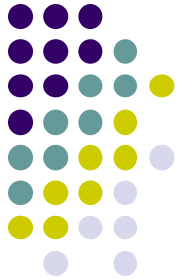
- SEO
  - Plugins
  - Gestión metadatos
  - Análisis y mejora del SEO
  - Sitemaps
- Código fuente
  - CSS: a través de **temas**
  - HTML: pestaña **texto**

Ejercicio CMS-1 - Preparación



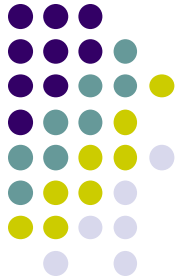
- Se puede hacer en grupos de 3 estudiantes. Puede **coincidir** con los grupos ya creados para el blog periodístico, pero para este ejercicio no es imprescindible.
- **Abrir una cuenta en WordPress** (es.wordpress.com) si no se dispone ya de ella
- Elegir una URL que contenga una **palabra clave** relacionada con el tema del blog
- **Tema**: el del blog para la asignatura de Periodismo si ya está creado
- En otro caso:
  - Críticas o reseñas de novedades en cine y televisión, teatro, etc. (periodismo cultural)
  - Reseñas o análisis de sitios web de Comunicación Social o de Periodismo en general (meta periodismo)
  - Otro, siempre que esté relacionado con Periodismo o con Comunicación Social
- **Atención**: si no se piensa en mantener el sitio, es mejor eliminarlo al finalizar el ejercicio.

Ejercicio CMS-2 - Sitio



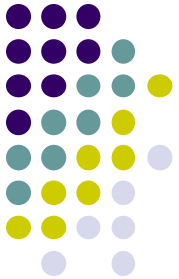
- Elegir un tema **responsive** = adaptado a la web móvil
- Primeros pasos:
  - Crear al menos dos **Categorías** para el sitio
  - Crear una **Página de Créditos** con los nombres de los autores y, a poder ser, atribuir secciones o roles. Incluir algún perfil de cada autor y una explicación breve del contenido y objetivos del sitio
- Organizar el primer **menú** de navegación con al menos tres ítems:
  - Las dos categorías
  - La página de créditos

Ejercicio CMS-3



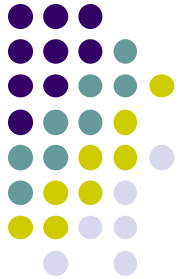
- Redactar una entrada en modo **borrador** (guardar, **pero no publicar**) de entre 300 – 400 palabras (más es mejor).
- Sugerencias para la entrada:
  - Reseña de:
    - Un estreno o novedad en cine o televisión
    - Un acontecimiento o evento del que sea fácil obtener información consultando la prensa del día
  - Tema relacionado con el blog de la asignatura de Periodismo

Optimización SEO de la Entrada - Factores



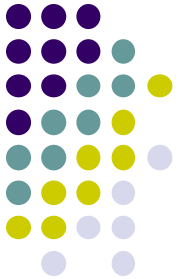
- **Palabra clave**:
  - **Densidad** de palabra clave: entre 0,5 y 2,5 por ciento
  - **Distribución** de la palabra clave
    - Puntos determinados de la noticia
  - **Refuerzo semántico**
    - Pensar al menos un sinónimo de la palabra clave o término relacionado
- **Multimedialidad**
  - Al menos una imagen o fotografía
- **Hipertextualidad**
  - Al menos un enlace a una fuente externa

CMS-3 – Capa SEO



- Una vez redactado el primer borrador de su reseña:
  - Identifique una **palabra clave** por la que quiera que sea encontrada su noticia
  - Revise si esta palabra clave aparece:
    - En el **titulo principal** (h1)
    - En un **subtitulo** (h2)
    - En uno de los párrafos iniciales
    - En uno de los párrafos centrales
    - En uno de los párrafos finales
    - Al menos una vez marcado en **negrita**
    - En el título de una imagen
    - Añada algún sinónimo o asegúrese de que está utilizando sinónimos de la palabra clave
  - Añada enlaces:
    - A una fuente relacionada
  - Asigne la entrada a una **categoría**
  - Asigne entre dos y cuatro **etiquetas** a la entrada
  - Programe la publicación si es el caso
  - Programe su distribución en redes sociales

CMS-4



- **Haga un última revisión**
- **No publicar** si el contenido del post **no es realista**
- Dejarlo en modo borrador o puede **publicarlo** (optativo)
- Documentar la edición del post y la publicación (en su caso) con capturas de pantalla

La Web Social

- Principales sitios donde dar a conocer nuestras publicaciones:
  - Facebook
  - Twitter
  - Google+
  - YouTube

Más Información