

Universidad de las Ciencias Informáticas Facultad 7



Título: “Propuesta de Estrategia para lograr un buen posicionamiento de los weblogs cubanos”

Trabajo de Diploma para optar por el título de
Ingeniero en Ciencias Informáticas

Autor : Daneysi Granado Rodríguez

Tutor : Alfredo Morales Oliva

Asesora: Yaima M. Rivero Ruiz

Consultante: Pura Miguel Tamayo

Ciudad de la Habana

Junio, 2007

Declaración de autoría.

Declaramos ser autores de la presente tesis y reconocemos a la Universidad de las Ciencias Informáticas los derechos patrimoniales de la misma, con carácter exclusivo.

Para que así conste firmo la presente a los ____ días del mes de _____ del año _____.

Daneysi Granado Rodríguez

Ing. Alfredo Morales Oliva

Autor

Tutor

Agradecimientos

A la Revolución y al Comandante en Jefe por darme la posibilidad de estudiar en esta universidad

A todas las personas que de una forma u otra aportaron su granito de arena en la realización de este trabajo, entre ellos mi tutor, a Asdrúbal, Omarito y demás compañeros de proyecto.

A mis padres, mi tío y mi novio que están siempre a mi lado impulsándome a dar mi mayor esfuerzo para alcanzar grandes metas.

A todos los profesores que han contribuido a mi formación profesional

A mis compañeros de estudio con los que he compartido preocupaciones y alegrías.

A todos les agradezco de todo corazón por haber contribuido a la realización de este sueño

Dedicatoria

A mi Patria, con el deseo de que este trabajo contribuya en su defensa.

A mis padres por estar siempre presentes, brindándome todo su amor y confianza.

A mis hermanos y a mis abuelos por el lugar tan importante que ocupan en mi corazón.

A mis familiares, en especial a mi tío Inocencio por todo su apoyo y cariño

A Yordanis por ser no solo mi gran pasión sino también mi gran amigo.

A Eloy, por todos sus consejos y su ayuda incondicional.

A mis amigas de siempre Yusedy, Iliannis, Marta, Yenni, Natali.

A mis mejores amigas en la Universidad: Geidy, Suleydi y Ania

A Karen, Pedro Ernesto, Reinel, Yorday, y demás amistades del grupo

A mis amistades del proyecto por brindarme su ayuda y su amistad.

A todos los que de una forma u otra se han ganado un lugarcito en mi corazón, muchas gracias,

ustedes son parte de este triunfo.

Resumen

Los Weblogs son páginas personales en Internet. Estos constituyen una herramienta fundamental para: romper con el monopolio de la información existente y el bloqueo impuesto por el gobierno de EEUU, y llegar a todos los rincones del mundo con la realidad cubana.

La problemática está en que debido la aglomeración de información y a la cantidad de weblogs existentes en Internet se hace muy difícil lograr que las páginas personales cubanas lleguen a un número adecuado de internautas.

Esta investigación tiene como objetivo proponer una estrategia de posicionamiento que permita que los Weblogs cubanos tengan mayor visibilidad.

El estudio de estrategias de posicionamiento en buscadores existentes y un conjunto de consejos y trucos de promoción dado por autores de weblogs, sirvió como punto de partida para la determinación de la estrategia a proponer. Esta estrategia unifica aspectos de ambas secciones: el posicionamiento en la blogósfera, o sea la captación de visitantes mediante todo el entorno de los Blogs y el posicionamiento en los motores de búsqueda.

Los elementos fundamentales de la estrategia son la correcta selección del servidor, la actualización periódica, la inscripción en los principales directorios y sitios de promoción, entre otros.

Con la aplicación de la estrategia propuesta en algunos blogs se logró mejorar su posicionamiento, aumentar considerablemente el número de sus visitantes, que los mismos fueran indexados por motores de búsqueda y mostrados entre los primeros resultados de los directorios de Blogs.

PALABRAS CLAVE

Posicionamiento, Weblogs, Blogs o Bitácoras, herramientas de colaboración, medios de comunicación

Declaración de autoría.....	II
Agradecimientos.....	III
Dedicatoria	IV
Resumen	V
Introducción.	1
Capítulo 1 Fundamentación Teórica.	7
1.1 Introducción	7
1.2 Definiciones	7
1.2.1. Posicionamiento:	7
1.2.2 Página Web	8
1.2.3 Posicionamiento Web:.....	8
1.2.4 Buscadores	9
1.2.5 Directorios.....	9
1.2.6 Medios alternativos de comunicación.....	10
1.2.7 Herramienta colaborativa	10
1.2.8 Weblog	10
1.2.9 Posicionamiento Web de los Blogs.....	12
1.3 Antecedentes	12
1.3.1. Antecedentes del posicionamiento web	12
1.3.2 Antecedentes de los Weblogs.....	13
1.4 Aspectos fundamentales del posicionamiento Web.....	15
1.4.1 Introducción al tema del posicionamiento Web.....	15
1.4.2 Algunos indicadores y herramientas que permiten su medición.....	17
1.4.3 Diferencias entre conceptos que tienden a confundir.....	20
1.4.3.2 SEO versus SEM	21
1.4.3.3 Posicionamiento en Buscadores vs. Alta en Buscadores	21
1.5 Aspectos importantes de los Blogs.....	21
1.5.2 Estructura clásica de un Weblog	23
1.5.3 Características de los Blogs que han facilitado su éxito.	26
1.5.4 La tecnología que los hace destacar	27
1.5.4.1 Sindicación	28
1.5.4.2 El envío de pings.....	30
1.5.4.4 el uso de los estándares XHTML y CSS	31
1. 6 Conclusiones del capítulo.....	32
Capítulo 2 Análisis de estrategias existentes.....	33
2.1 Introducción	33
2.2 Algunas reflexiones metodológicas necesarias acerca de las estrategias.....	33
2.3 Algunas estrategias de posicionamiento Web.....	35
2.3.1. Posicionamiento en Google.....	36
2.3.2 Posicionamiento en Yahoo.....	43
2.4 Estrategias de posicionamiento y promoción de los Blogs	44

2.4.1 En el Blog abadiás Fernando Polo publica 5 trucos para promocionar el Blog.....	44
2.4.2 Trabajo sobre usabilidad en los blogs	45
2.4.3 Promocione su Blog en la blogósfera.....	49
2.4.5 Optimizar Wordpress para más tráfico (optimizar blogs en Wordpress	56
2.5 Conclusiones del capítulo.....	58
Capítulo 3 Propuesta de Estrategia.....	59
3.1 Introducción	59
3.2 Definición de la estrategia.....	59
3.3 Descripción de cada una de las acciones a seguir	60
3.3.1 Estudio de los principales hosting de Blog para tomar la decisión acertada.....	60
3.3.2 Estudiar la competencia y definir las palabras claves que mejor representen al Blog.....	70
3.3.3 Definir el dominio y el título cuidadosamente	72
3.3.4 Crear y Mantener una página que cumpla con las 4A.....	74
3.3.5 Hacer una eficiente utilización de las etiquetas.....	75
3.3.6 Darse de alta en los principales directorios	78
3.3.7 Intercambiar enlaces.....	79
3.3.8 Promocionar el Blog.....	80
3.3.9 Explotar al máximo las facilidades tecnológicas de los blogs.	81
3.3.10 Darle confianza y atención a los lectores	82
3.4 Sugerencias para comprobar el correcto funcionamiento del Weblog y mejorarlo.	83
3.5 Resultados Obtenidos	83
3.6 Conclusiones del capítulo.....	84
Conclusiones.	85
Recomendaciones.....	86
Referencias bibliográficas.	87
Bibliografía.....	89
Glosario de términos	92
Anexos.....	94

Introducción.

Desde el triunfo de la Revolución cubana el gobierno de Estados Unidos ha tratado de aislarla del mundo y destruirla. Con ese objetivo ha mantenido un férreo bloqueo, no solo económico sino también tecnológico y social, encargándose de difundir toda clase de mentiras sobre Cuba para tergiversar la realidad y confundir a todos aquellos que solo la conocen a través de esos de esos medios de información. Estos publican cualquier información, incluso falsa, si esto les garantiza más dinero y poder. Esta situación ha obligado a los cubanos a buscar canales de comunicación por los cuales dar a conocer su verdad, a utilizar herramientas con las cuales hacerle frente a las campañas demagógicas de los imperialistas.

En los últimos tiempos Internet se ha convertido en la fuente de información más grande y popular, el espacio donde los usuarios, más de 1113 millones, no solo buscan informaciones sino también el sentido de esas informaciones, por lo que si se desea dar a conocer al mundo la verdad de Cuba, la mejor vía para hacerlo es aprovechando las facilidades que brinda la gran Red de redes. Esta, poco a poco, está dejando de ser una potente arma ideológica utilizada solo por el gobierno de Estados Unidos para propagar sus mentiras y crear una sociedad ignorante y consumista, para convertirse también en un arma de lucha contra ese monopolio de la comunicación.

Como expresó el Viceministro Cubano de Informática y las Comunicaciones, Jorge Luís Perdomo Di-Lella:

“En nuestro caso con la utilización de **Internet** es posible romper el monopolio de la información y nos permite llegar a todos los rincones del mundo con la publicación de nuestra realidad y la comunicación con todas las personas e instituciones que accedan a la red".(REYES 2007)

Actualmente y desde 1988, Internet está administrada por la Internet Corporation Assigned Name and Numbers (ICANN), una organización de derecho privado sin fines de lucro con sede en los Ángeles y sometida a la ley californiana y colocada bajo el control económico del Departamento de Comercio de los Estados Unidos. La (ICANN) es la gran controladora de la red. Basa este control en un dispositivo técnico constituido por trece poderosos servidores (denominados "servidores raíces") instalados en

EE.UU. El gobierno de ese país aprovecha la situación para dominar esta poderosa herramienta; controlan el acceso de las personas a la misma, bloquean y sabotean servidores y páginas Web que vayan en contra de sus intereses. (*CUBA Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN 2005*)

El acceso de Cuba a Internet es altamente restringido, con conexión solo satelital, la más costosa y limitada, y con un ancho de banda de 65 Mbps de ancho de banda para la salida y 124 Mbps para la entrada. Además cada vez que se intenta añadir un nuevo canal, la contraparte estadounidense debe obtener la licencia apropiada del Departamento del Tesoro de Estados Unidos. De modo similar, si una compañía norteamericana quiere abrirle un nuevo canal a Cuba o decide aumentar la velocidad de la conexión, igualmente debe expedirse una licencia. (*Estados Unidos bloquea Internet en Cuba 2006*)

Por otro lado estamos en una era de cambios vertiginosos en todos los ámbitos de la información: desde los medios oficiales a los medios alternativos, que son más libres y democráticos. Estos medios alternativos constituyen una revolución en Internet pues permiten a los sectores silenciados por los grandes medios de difusión a pronunciarse, aun cuando no cuenten con avanzada tecnología o una amplia conexión a Internet.

En relación con el tema la periodista Rosa Miriam en una mesa redonda alertó la necesidad de aumentar la presencia en los medios alternativos digitales, fuentes de gran credibilidad pues aportan una visión independiente frente al pensamiento único. (RODRIGUEZ 2005)

Por todo lo anteriormente explicado se hace imprescindible hacer uso de estos medios alternativos en Internet, o herramientas colaborativas como también se les conoce, si se desea que el mundo conozca la realidad cubana.

Una muestra de estas herramientas colaborativas que facilitan la comunicación gratuitamente y sin necesidad de gran tecnología o conocimientos científicos, son los Weblogs¹, Blogs en su modo abreviado o Bitácora, apelativo dado por los hispanos. Estos constituyen, precisamente, uno de los cambios más importantes que viven los medios de información actualmente. Los Weblogs están

¹ Página web personal con forma de diario on line, con una estructura básica que incluye comentarios y enlaces a otras páginas.

definiendo una sociedad de la información más transparente y democrática, hecho que unido a las facilidades que brindan sus herramientas de desarrollo, libres y fáciles de usar por cualquier persona aun cuando no tenga conocimientos informáticos, los ha llevado a un creciente éxito. Convirtiéndose una de las fuentes de difusión que mayor auge ha alcanzado en los últimos 3 años, al punto que el número de Blogs se duplica en un tiempo menor de 6 meses. Para más detalle ver Fig. 2 Anexo 1.

Según la revista "Business Week" (mayo, 2005) los blogs son simplemente la irrupción más explosiva desde el nacimiento del mismo Internet, y en las palabras del Senador Fernando Flores²: "El que no entre en los blogs quedará fuera del sistema"

Lo cierto es que el fenómeno blog se expande con tal rapidez en el mundo de la comunicación e información, que cada vez es mayor el número de adeptos y algunos investigadores dicen que puede llegar a competir con los medios oficiales de información, aunque no llegaran a sustituirlos. En otras latitudes, este fenómeno empieza a conocerse como un modelo de periodismo alternativo, si es realizado por periodistas; y en un modelo de periodismo participativo (o democrático), si es la audiencia la que participa e interactúa. *(II CONGRESO INTERNACIONAL DE BLOGS Y PERIODISMO EN LA RED 2007)*

Tanta es la influencia que tiene todo este tema de en la sociedad actual que muchas empresas de medios y otros entornos, empiezan a prestarle especial atención al tema. Llegando a contratar a expertos del blogging como nuevas estrategias en los procesos de comunicación e información, ya que a pesar de ser muy sencillo crear, administrar y moderar los comentarios de un Blog, para sacarle el mejor provecho a los mismos y tener una participación activa en este mundo, son necesarias una serie de destrezas tecnológicas y habilidades comunicativas.

En Cuba, aunque el fenómeno bloggin³ no está tan difundido, varios periodistas y estudiantes universitarios, se han insertado en ese entorno. Algunos de los cuales han obtenido buenos resultados, que se reflejan en el número de visitantes a la página y en los lugares que ocupan en

² Senador de la república chilena

³ Se le llama al fenómeno de publicación en Blogs

disímiles directorios entre los cuales se destaca [Blogalaxia](http://www.blogalaxia.com)⁴. A pesar de estos resultados, algunos de estos blogueros⁵ cubanos no tienen un amplio conocimiento del tema, muchos se limitan a publicar artículos e inscribirse en algunos directorios, o compartir enlaces con algún que otro bloguero, sin explotar al máximo las facilidades que brindan los Blogs como los RSS, los servicios de estadísticas, etc. Dada esta situación se hace necesario realizar un estudio para lograr un mejor aprovechamiento de esta herramienta.

Por otro lado, se vive una era donde existe tanta información en Internet que se hace difícil su organización y acceso, los grandes buscadores no alcanzan a indexar todas las páginas y de las indexadas solo las que aparecen en las primeras posiciones son consultadas, debido al dinamismo de la vida moderna que obliga a las personas a nutrirse de la mayor cantidad de información posible en el menor tiempo.

Por esta razón la gran preocupación deja de ser cómo publicar información en Internet, y se convierte en cómo lograr que esa información sea vista y consultada por los internautas.

Para dar solución a esta gran problemática muchas empresas y personas interesadas en lograr buena visibilidad de sus sitios han creado múltiples estrategias de posicionamiento Web, teniendo en cuenta los algoritmos de indexación y ranking de determinados buscadores.

En el entorno particular de los Blogs la situación es similar, la cantidad de blogs existentes, como se había mencionado anteriormente, es muy numerosa, solamente los indexados por technorati⁶, el directorio más utilizado en búsqueda de Blogs, supera los 70 millones, dificultando la visibilidad de los mismos. Luego, a diferencia de los sitios Web tradicionales, para los blogs no se encontraron estrategias de posicionamiento existentes, sino algunos consejos y trucos para lograr mayor número de visitas.

Dada esta situación, es muy difícil lograr que cuando el internauta busque determinada información existente en el weblog, el mismo se encuentre entre los primeros sitios referenciados por el buscador. Por lo que es necesario no solo crear el Weblog sino que es indispensable crear una estrategia metodológica que permita posicionarlo en los primeros lugares de los Ranking de los buscadores.

⁴ <http://www.blogalaxia.com>

⁵ Personas que publican en los blogs

⁶ <http://technorati.com>

Los principales buscadores de weblogs son los grandes directorios que se han creado como parte de la blogósfera⁷, Estos agrupan las bitácoras que tienen registradas por distintas categorías: países, temática y otras. Además dan a conocer cuales son los más visitados, los últimos artículos publicados y otra serie de informaciones que incitan al internauta a utilizar estos portales como sus principales fuentes de noticias. Esta organización facilita la búsqueda de información y estimula a que los internautas los conviertan en sus principales medios de búsqueda de información. Entre los más populares se encuentran Technorati y Blogalaxia, pero existen muchos otros, inscribirse al menos en los más vistos es una tarea fundamental si se desea lograr una buena visibilidad en la gran Red de Redes.

En Cuba no se han registrado estudios profundos de cómo explotar al máximo esta herramienta, que como se refleja anteriormente, es fundamental para difundir su realidad en Internet, ni se conoce ninguna estrategia de posicionamiento que facilite la visibilidad de los Blogs

Toda esta situación conlleva al planteamiento del siguiente problema:

¿Cómo lograr que los Weblogs cubanos sean visibles en Internet?

Objetivo general:

Proponer una estrategia para lograr un posicionamiento adecuado de los Weblogs cubanos.

Objetivos específicos.

- ❖ Realizar un estudio del estado del arte de los Weblogs.
- ❖ Desarrollar una estrategia de posicionamiento para ubicar en las mejores posiciones de la blogósfera internacional a los Weblogs que reflejen la realidad cubana
- ❖ Aplicar la estrategia en algunos Blogs.

Objeto de estudio:

El posicionamiento de los Weblogs en Internet

Campo de acción:

El posicionamiento de los Weblogs que reflejan la verdad de Cuba.

⁷ comunidad de blogs agrupados por algún criterio específico

Hipótesis:

Si se crea una estrategia de posicionamiento de los Weblogs cubanos entonces mejorará el posicionamiento de estos en Internet y por ende los mensajes de la realidad cubana llegaran a mayor número de personas.

Tareas a Realizar

- ❖ Hacer un estudio del funcionamiento de los Weblogs.
- ❖ Caracterizar los principales servidores de Blogs
- ❖ Caracterizar brevemente los principales buscadores
- ❖ Identificar directorios donde inscribir los Blogs.
- ❖ Identificar sitios de promoción de Weblogs más utilizados.
- ❖ Proponer una estrategia para lograr un mejor posicionamiento de los weblogs cubanos en la blogósfera Internacional.
- ❖ Aplicar la estrategia propuesta en algunos Blogs creados.

Para su presentación, esta investigación se organizó en 3 capítulos, Conclusiones, Recomendaciones, Referencias bibliográficas, Glosario de términos y Anexos.

En el Capítulo I. Fundamentación Teórica: se definen los conceptos fundamentales y se analizan los fundamentos teóricos del tema, algunos aspectos importantes relacionados con el posicionamiento y los Weblogs, características fundamentales, estructura de estos últimos, tecnología que utilizan y otros aspectos de interés.

En el Capítulo II. Se realiza la revisión bibliográfica del tema, se analizan estrategias existentes sobre posicionamiento Web y artículos escritos por otros Bloggeros, conocimientos y experiencias de bloggeros cubanos en cuanto al tema, se define la estrategia a utilizar.

En el capítulo III. Se explica detalladamente cada uno de los aspectos de la estrategia de posicionamiento determinada y se analizan los resultados obtenidos de la misma.

Capítulo 1

Fundamentación Teórica.

1.1 Introducción

Para aplicar una estrategia de posicionamiento o cualquier otro conocimiento científico, primeramente es necesario conocer el entorno en el cual se enmarca la investigación, comprender los conceptos fundamentales y las características de las herramientas a utilizar en la solución del problema. En este primer capítulo lo que se persigue es precisamente dar a conocer algunas definiciones y aspectos importantes de los Weblogs y el posicionamiento

1.2 Definiciones

1.21. Posicionamiento:

❖ El diccionario de la lengua española lo define como:

1. m. Toma de una posición o postura. (*Diccionario de la Lengua española*)

❖ Por otro lado la wikipedia da un concepto más unido al marketing:

Se llama Posicionamiento a la referencia del 'lugar' que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene un determinado producto, que constituye la principal diferencia que existe entre este y los que le hacen competencia. En marketing, se evita por todos los medios dejar que el Posicionamiento ocurra sin la debida planificación, razón por la que se emplean técnicas consistentes en la planeación y comunicación de estímulos diversos para la construcción de la imagen e identidad deseada para la marca a instaurar en la subjetividad del consumidor.

❖ En sentido general, podemos decir que:

Posicionamiento es la posición o lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del usuario como resultado de una estrategia especialmente diseñada para proyectar la imagen específica de ese producto, servicio, idea, marca.

1.2.2 Página Web

“Una página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a una red, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo. “(*Principales definiciones de los términos más usados en Internet*)

Tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página Web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro sitio Web totalmente distinto a través de sus hipervínculos. Esta es la unidad básica de la World Wide Web.

1.2.3 Posicionamiento Web:

“El arte o la ciencia de posicionar las páginas Web con un alta en los buscadores para ciertas palabras claves que son buscadas con mucha frecuencia. Un posicionamiento Web efectivo es una forma de mercadeo que le puede traer mucho tráfico virtual a los sitios que estén en las primeras posiciones de los buscadores para las palabras claves más efectivas.” (Diccionario Enciclopédico de Terminología SEO)

“El posicionamiento se refiere a la forma en que las páginas de una web aparecen en las listas que ofrecen los buscadores. Una web excelentemente posicionada aparece en las primeras posiciones de la primera página de los resultados de una búsqueda. Los servicios de posicionamiento que se ofrecen, tienen por objeto colocar las páginas de una web en esas posiciones de excelencia.” (BURCET)

Generalizando; el posicionamiento en buscadores o posicionamiento web es el resultado de la recuperación de información en la base de datos de los grandes Motores de Búsqueda de Internet por el uso de algoritmos de búsqueda en el software.

Consiste en aplicar diversas técnicas tendientes a lograr que los buscadores de Internet sitúen determinada página web en una posición y categoría alta (primeras posiciones) dentro de su página de resultados para determinados términos y frases clave de búsqueda. También es entendido como las técnicas de desarrollo Web que tengan como objetivo mejorar la posición de un determinado sitio web por sus páginas en la lista de resultados de los Motores de Búsqueda.

1.2.4 Buscadores

Los buscadores o motores de búsqueda, son herramientas que catalogan las páginas web por medio de mecanismos llamados “spiders” o “robots de búsqueda” Los spiders (arañas en inglés) son robots de búsqueda virtuales que recorren millones de páginas en segundos y las clasifican de acuerdo a su contenido (temáticamente). Estas arañas luego ofrecen ese mismo contenido al público por medio de palabras claves (en inglés llamadas “keywords”) (*Diccionario Enciclopédico de Terminología SEO*)

1.2.5 Directorios

Al igual que un buscador, un directorio es un lugar que almacena información sobre un gran número de páginas y sitios web de Internet pero a diferencia de un buscador, un directorio tiene editores humanos que clasifican los sitios web dentro de categorías y pueden influenciar el ranking de una página o sitio web con su opinión humana.

Mucha gente prefiere utilizar un directorio en vez de un buscador porque dicen que los resultados son más relevantes ya que a los seres humanos no se les puede engañar con trucos de SEO⁸ diseñados para engañar a los buscadores. Claro que con el gran número de páginas web que existen y la inmensa cantidad de páginas web que están siendo creadas diariamente es casi imposible para los editores de un directorio poder clasificar todas las páginas que deben estar incluidos dentro de un directorio. Por esta razón, los grandes directorios como Yahoo, no son solo directorios. También utilizan tecnología automatizada y robots de búsqueda y funcionan en gran parte como los buscadores exclusivos, como Google.

⁸ Search Engine Optimizer (‘optimización para motores de búsqueda’) se refiere al sitio de optimización de páginas web

1.2.6 Medios alternativos de comunicación

Se denomina medio alternativo de información, medio alternativo de comunicación o medio alternativo; a una fuente de información responsable, pero que no constituye una Agencia de información ni de los Medios masivos de comunicación organizados como empresas.

Se definen los medios alternativos no solo por la información que publican (diferente a la de los medios tradicionales) sino también por la tecnología empleada en el proceso de publicación.

1.2.7 Herramienta colaborativa

Definimos el término herramienta colaborativa en Internet como:

Tecnología utilizada en el marco de Internet para facilitar el proceso de cooperación entre varios usuarios que realizan un esfuerzo intelectual en conjunto para desarrollar determinada tarea o idea.

Las herramientas colaborativas se pueden ver también como medios alternativos de comunicación o información dentro de Internet, desde todos los puntos de vista:

- Desde el contenido de la información que publican.
- Desde el objetivo que persiguen al publicarla.
- Desde la herramienta o medio en que lo hacen.

1.2.8 Weblog

Existen muchas definiciones del término Weblog, cada persona aporta su propio concepto; a continuación se mencionan algunos de los que se identificaron como más representativos y se redacta uno propio.

- ❖ Desde el punto de vista de una académica del departamento de Gestión de Información, Escuela de Bibliotecología, en Chile

Blogs, weblogs ó bitácoras: Recursos informativos, en formato Web, ya sea en forma textual o de imágenes, en los que una persona o grupo de personas (naturales o jurídicas), introducen por orden cronológico noticias, opiniones, sugerencias, artículos, reflexiones o cualquier otro tipo de contenido que consideran de interés, los cuales enlazan frecuentemente a otros recursos Web y cuya replica esta o no permitida según el propietario del Weblog. (CUBILLOS 2005)

- ❖ El Concise Oxford English Dictionary (Diccionario Conciso de Oxford en Ingles):

Weblog: Página web personal en la cual una persona registra opiniones, vínculos a otros sitios, etc., en términos habituales (traducción)

- ❖ La wikipedia los identifica :

Un blog, también conocido como weblog o cuaderno de bitácora (listado de sucesos), es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. (*Blog 2007*)

- ❖ De acuerdo al diccionario del SEO ('optimización para motores de búsqueda)

Blog es el nombre corto de la palabra Weblog que es una especie de diario virtual. Un Blog es un Foro virtual interactivo donde se pueden aclarar dudas, añadir comentarios, hacer preguntas, publicar artículos e información y hacer muchas otras cosas. La información más reciente casi siempre se ve de primero. Existen millones de Blogs sobre cualquier tema imaginable. (Diccionario Enciclopédico de Terminología SEO)

- ❖ Definición personal de la autora:

Un weblog, blog en abreviatura, o Bitácora, en el habla hispana: es una página web personal de formato sencillo, con una estructura básica clásica, basada en post o entradas (artículos), comentarios, un conjunto de enlaces a otro sitios con temáticas o intereses relacionados con el blog y un archivo cronológicos de todos los artículos y comentarios publicados. Generalmente son escritos en un lenguaje común y se actualizan periódicamente. Son considerados herramientas colaborativas, medios de información alternativos.

1.2.9 Posicionamiento Web de los Blogs

También conocido como SEO Blogs, son técnicas de Posicionamiento Web para los Blogs en general y, luego, específicas para el Sistema de Blogs usado, también llamado CMS (Gestor de Contenidos). (*Técnicas de Posicionamiento web para los Blogs 2006*)

1.3 Antecedentes

El término posicionamiento Web de los Blogs fue acuñado por primera vez en el sitio Posicionamiento Web en la Red en diciembre del 2006. Posteriormente algunas personas lo han utilizado pero no es muy conocido, se encontraron pocos sitios que lo mencionaran. Su antecedente inmediato es el posicionamiento Web.

1.3.1. Antecedentes del posicionamiento web

Para poder entender a que se enfrenta una estrategia de posicionamiento, hay que dar una mirada de cerca al objetivo principal de toda campaña de publicidad: la mente del consumidor.

Igual que un banco de memoria o el disco duro de una computadora, la mente tiene una “celda” para cada bit de información que decide guardar. De hecho, si se ve la manera como opera la mente, es realmente parecida a como funciona una computadora, pero con una gran diferencia: la computadora acepta todo lo que se le introduce, en cambio, la mente no. De hecho, tiende a rechazar todo aquello que trata de ser introducido por la fuerza.

La mente humana, como mecanismo de defensa ante el volumen de comunicaciones de hoy, revisa y desecha mucha de la información que hoy en día recibe, como dijo William James, psicólogo y filósofo estadounidense: “El arte de ser sabio es el arte de saber qué pasar por alto”.

Sin embargo, el exceso de información que hoy en día bombardea las mentes humanas hace que sea casi imposible de escapar a lo que llamó David Shenk en su libro “Data Smog”: “Los nocivos excrementos y desechos de la era de la información”.

La mente tiende a aceptar solo la nueva información que se relaciona con sus conocimientos y experiencias previas y filtra todo lo demás.

En una situación como esta, es cuando el término cobra mayor relevancia: “Posicionamiento: la guerra por un lugar en la mente del consumidor”.

El término “Positioning”, adaptando al español como “Posicionamiento”, y que se ha convertido en piedra angular del mercadeo actual, es atribuido a los autores Al Ries y Jack Trout después de escribir en 1972 una serie de artículos titulados “La era del posicionamiento” para la revista Advertising Age. Desde entonces, ellos han dado más de 500 charlas en 16 países y vendido más de 120.000 copias de esos artículos.

Pero un año antes el Sr. Ogilvy, uno de los precursores del posicionamiento, había escrito en su artículo “La Publicidad que vende” (1971): “Los resultados de su campaña, dependen menos de cómo escribimos su publicidad y más en como está posicionado su producto”.

Estaba naciendo una nueva era en publicidad y mercadeo, un nuevo paradigma que aún hoy nos alcanza. Esta es la era de los comparativos y ya no más la de los superlativos: el mejor, el primero, el más grande.

Poco a poco el término, aunque haga seguido perteneciente al mercadeo, se ha extendido a sitios sin fines comerciales, sitios que luchan por estar visibles en Internet y para lo cual necesitan aplicar estrategias de posicionamiento., pues como se refleja en párrafos anteriores, de no hacerlo es muy probable que este se pierda entre los millones de sitios y no sea vista la información publicada.

1.3.2 Antecedentes de los Weblogs

El blog moderno es una evolución de los diarios online donde la gente escribía sobre su vida personal. Las páginas abiertas Webring incluían a miembros de la comunidad de diarios en línea. Justin Hall, quien escribió durante once años desde 1994 su blog personal, mientras era estudiante de la Universidad de Swarthmore, es reconocido generalmente como uno de los primeros bloggers.⁹

También había otras formas de diarios online. Un ejemplo era el diario del programador de juegos John Carmack, publicado mediante el protocolo Finger. Los sitios web, como los sitios corporativos y las páginas web personales, tenían y todavía tienen a menudo secciones sobre noticias o novedades, a menudo en la página principal, y clasificados por fecha. Uno de los primeros precursores de un blog fue el sitio web personal de Kibo, actualizado mediante USENET.

⁹ En español blogueros: personas que escriben blogs

Los primeros blogs eran simplemente componentes actualizados de sitios web comunes. Sin embargo, la evolución de las herramientas que facilitaban la producción y mantenimiento de artículos web publicados y ordenados de forma cronológica hizo que el proceso de publicación pudiera dirigirse hacia muchas más personas, y no necesariamente con conocimientos técnicos. Últimamente, esto ha llevado a que en la actualidad existan diversos tipos de formas de publicar blogs. Por ejemplo, el uso de algún tipo de software basado en navegador es hoy en día un aspecto común del blogging.

Los blogs pueden ser almacenados mediante servicios de alojamiento de blogs dedicados o pueden ser utilizados mediante software para blogs como Blogger o LiveJournal, o mediante servicios de alojamiento web corrientes como DreamHost.

El término "weblog" fue acuñado por Jorn Barger el 17 de diciembre de 1997. La forma corta, "blog", fue acuñada por Peter Merholz, quien dividió la palabra weblog en la frase we blog en la barra lateral de su blog Peterme.com en abril o mayo de 1999.²³⁴ Rápidamente fue adoptado tanto como nombre y verbo (asumiendo "bloguear" como "editar el weblog de alguien o añadir un mensaje en el weblog de alguien").

Tras un comienzo lento, los blogs ganaron popularidad rápidamente: el sitio Xanga, lanzado en 1996, sólo tenía 100 diarios en 1997, pero más de 50.000.000 en diciembre de 2005 y actualmente existen más de 71 millones.

El blogging combinaba la página Web personal con herramientas para poder enlazar con otras páginas más fácilmente — en concreto permalinks, blogrolls y trackbacks. Esto, junto a los motores de búsqueda de weblogs permitió a los bloggers llevar un seguimiento de los hilos que les conectaban con otros con intereses similares.

Los primeros blogs estadounidenses populares aparecieron en 2001. En 2002, el blogging se había convertido en tal fenómeno que comenzaron a aparecer manuales COMOs, centrándose principalmente en la técnica. La importancia de la comunidad de blogs (y su relación con una sociedad más grande) cobró importancia rápidamente. Las escuelas de periodismo comenzaron a investigar el fenómeno de los blogs y establecer diferencias entre el periodismo y el blogging.

En ese mismo año el amigo de Jerome Armstrong y ex-socio Markos Moulitsas Zúniga comenzó DailyKos. Con picos de hasta un millón de visitas diarias, se ha convertido en uno de los blogs con más tráfico de Internet.

El año 2005, se escogió la fecha del 31 de agosto, para celebrar en toda la red, el llamado "día internacional del Blog". La idea nació de un blogger (usuario de blog) israelí llamado Nir Ofir, que propuso que en esta fecha, los blogger que desarrollan bitácoras personales enviaran cinco invitaciones de cinco blogs de diferentes temáticas a cinco diferentes contactos, para que así los internautas dieran a conocer blogs que seguramente otras personas desconocían y les pudiera resultar interesantes. (*Blog 2007*)

En la actualidad este fenómeno se ha convertido en una de las revoluciones más grandes en los medios de información presentes en Internet. Cada día surgen nuevos tipos de blog, fotoblogs, blogs comerciales, financieros...Es tanto el crecimiento que el número de Blogs sobrepasa los 70 millones, abarrotando los servidores y buscadores, se dice que se crea un Blog por cada segundo. (Ver Fig. 1 Anexo 1)

1.4 Aspectos fundamentales del posicionamiento Web

El posicionamiento web para los weblogs tiene como punto de partida el posicionamiento web tradicional por lo que es fundamental explicar algunos aspectos de este último como premisa de la investigación.

1.4.1 Introducción al tema del posicionamiento Web

Internet constituye un banco de información gigantesco, el espacio por el cual se puede acceder a cualquier documento o servicio existente en la Web, así como la vía ideal si se desear dar a conocer al mundo alguna información o servicio.

Todos los bancos de información y conocimiento requieren necesariamente un índice temático para localizar la fuente de información. En el caso particular de la web, son los motores de búsqueda los responsables de proveer los índices para el acceso a los miles de millones de páginas que existen en el mundo.

Al igual que las bibliotecas y sus tradicionales fichas bibliográficas, los motores de búsqueda crean una ficha electrónica con el nombre del documento, la dirección de la página y un breve resumen del contenido.

Los usuarios cuando acuden a los buscadores, generalmente tienen en su mente un solo objetivo obtener la información que más se ajuste a sus intereses en el menor tiempo posible, sin necesidad de explorar 20 sitios. Los motores de búsqueda conocen muy bien esta necesidad y toman como una obligación proveer la información precisa, imponiéndose como la meta que la primera página de la lista de resultados contenga la información que se busca, ya que estas listas suelen ser muy extensas

Esta situación insta, en las personas, empresas o instituciones, con sitios web, la necesidad : primeramente de ser indexado por el buscador, pues para aparecer en el resultado de una búsqueda tienes que estar incluido en la BD del buscador, y luego de ser una de las primeras páginas mostradas como resultado ante la petición de alguna información o servicio que proveen en sus sitios, preferentemente entre las 5 primeras o al menos entre las referenciadas en la primera página de resultados, que es lo máximo que generalmente consulta el usuario.

El orden en que se listan estas páginas web lo determinan los propios motores de búsqueda, según algoritmos de posicionamiento interno. A las estrategias desarrolladas en función de estar entre los primeros lugares en esa lista de páginas mostradas por el buscador es a lo que se llama posicionamiento en buscadores, que es como mayormente reconocen el posicionamiento Web. Este término mayormente se utiliza en el marketing en Internet, pero se ha extendido a toda la Web.

Lograr un buen posicionamiento es una técnica que requiere de una minuciosa definición de diversos conceptos y la aplicación de una estrategia. Son miles de millones de páginas contra las que se compete.

1.4.2 Algunos indicadores y herramientas que permiten su medición

❖ PageRank :

La importancia cuantificada que le da Google a una página web.

El PageRank de un sitio web se mide bajo una escala de puntaje del cero al diez. Entre más alto el puntaje mejor el sitio. Pero entre más alto es el PageRank de un sitio web más difícil es incrementarlo. No es lo mismo incrementar el PageRank a un sitio web con un puntaje bajo que incrementar el PageRank de un sitio web con un puntaje alto. Es decir, si el PageRank de una página web principal es 3, se puede incrementar a 4 mucho más fácil que si tuviera un PageRank de 8 y se quisiera incrementar a 9.

Este puntaje depende del link popularity del sitio (la popularidad de enlaces) Google utiliza una fórmula ponderada para asignarle una importancia específica a cada enlace que se encuentra en el Internet. No todos los enlaces tienen el mismo valor. Google le asigna un valor más alto a un enlace que proviene de un sitio web que Google considera importante. Por ejemplo, un enlace proveniente de la página web de Microsoft tiene un valor ponderado mucho más alto que un enlace proveniente de una página personal o familiar.

Para conocer el PageRank de una página web solo se necesita tener la barra de herramientas de Google en el navegador. Esta se puede bajar gratuitamente a través de Google por medio del enlace: <http://www.google.com/tools/firefox/toolbar/FT3/intl/es/index.html> . En dicha barra aparece un medidor de PageRank incorporado que informa que importancia tiene cada página web que se visita.

❖ Popularidad de Enlaces (Link Popularity)

Es la popularidad que tiene una página web en relación con otras páginas web ajenas que tienen enlaces apuntando hacia ella; siempre y cuando estos enlaces provengan de sitios web con temas relacionados al de las páginas a que apuntan.

Cuando un sitio web coloca un enlace que apunta hacia un segundo sitio web este segundo sitio web crece en popularidad de enlaces. Este es uno de los principales factores que tienen cuenta la mayoría de los buscadores a la hora de asignar un ranking.

El término esta estrechamente relacionado con el Page Rank, pues google utiliza este indicador para establecer el Page Rank.

Existen muchas herramientas para medir la popularidad de enlaces

La herramienta gratuita "Link Popularity Check"¹⁰ de Marketleap.com, por ejemplo, da la popularidad de enlaces para determinado sitio web y 3 otros con quienes se desee comparar resultados) simultáneamente.

También es posible determinar la popularidad de enlaces y verificar quien tiene enlaces que apunten hacia las páginas web manualmente. Simplemente haciendo una búsqueda de enlaces en cada uno de los buscadores.

Instrucciones Para Verificar Enlaces Manualmente

(Reemplazar www.su-sitio.com con el propio dominio de la página)

- Para Google: link:www.su-sitio.com
 - Para Yahoo: link: http://www.su-sitio.com
 - Para MSN: link domain: www.su-sitio.com
- Simplemente coloque la URL con el formato mencionados arriba en cualquiera de los buscadores como si fuera un término de búsqueda. Esto mostrara el número de enlaces que apuntan hacia el sitio web y permitirá ver de que páginas web provienen.

¹⁰ <http://www.marketleap.com/publinkpop/>

❖ Palabra Clave

En inglés keywords, es una palabra o frase de búsqueda. Las palabras claves son los términos que ya utilizan (o utilizarían en el futuro) los usuarios de un buscador para encontrar información sobre cualquier tema imaginable. Obtener un alta en los buscadores para las palabras claves relacionadas con determinada página, es decir, lograr que esta página aparezca en los resultados de una búsqueda para cualquiera de estas palabras puede traer a la misma mucho tráfico virtual dirigido (gente que esta buscando lo que se ofrece en dicha página).

❖ Densidad de Palabras Claves

El número de palabras claves como porcentaje del total del texto dentro de una página web. Por ejemplo: si se utiliza la palabra clave "negocios virtuales" 10 veces dentro de un texto con 250 palabras en total, la densidad de la palabra clave "negocios virtuales" será de un 4 por ciento. Utilizar densidades apropiadas es una de las estrategias de posicionamiento más difíciles de implementar. Pues cada motor de búsqueda define su propio criterio y estos criterios al mismo tiempo cambian día a día. Lo ideal es mantener una densidad del 2 al 5 por ciento. Densidades superiores a eso pueden causar penalizaciones por "keyword spamming" en los buscadores. Y una densidad menor puede significar poca visibilidad en los buscadores.

Herramientas para buscar densidad de palabras claves: [Keyword Tool](#), de google¹¹
(Más herramientas en el Anexo 2)

❖ Metatags

(Meta-Etiquetas) Son etiquetas o tags ocultas que se coloca en el apartado <head> de una página web y contienen información sobre esa página, sin visualizarla dentro de la ventana del navegador. A la etiqueta <meta> se le pueden agregar muchos diferentes atributos que cumplen diferentes objetivos. Por ejemplo el atributo "keywords", "description", "author", "robots", "expires", "reply-to", etc.,

¹¹ <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?defaultView=2>

y se pueden utilizar varias meta-etiquetas dentro de una misma página web. Pero solo se utiliza un atributo por cada meta-etiqueta.

❖ Optimización de Páginas Web

También conocido como SEO (Search Engine Optimization), optimización para motores de búsqueda, posicionamiento web, y por muchos otros nombres. Puede ser definido como el proceso de adaptar esas páginas para que los buscadores las entiendan y las valoren más, con el objetivo de que las coloquen entre los primeros resultados para determinadas frases de búsqueda. Si se hace bien, es la manera económicamente más eficaz de promocionar, en Internet, empresas e ideas.

Es el arte o la ciencia de posicionar una página web con un alto ranking en los buscadores por medio de estrategias de posicionamiento orgánicas (naturales; no pagas). Incluye la selección de palabras claves estratégicas, la incorporación de meta-etiquetas, el aumento de enlaces entrantes (popularidad de enlaces) y lograr un diseño adecuado.

1.4.3 Diferencias entre conceptos que tienden a confundir

A lo largo de la evolución del posicionamiento en buscadores han surgido nuevos sinónimos y términos no tan parecidos que suelen confundir la comprensión del concepto en sí mismo

1.4.3.1 Posicionamiento natural vs. Posicionamiento en enlaces patrocinados

Quizá se haya topado con términos como “posicionamiento orgánico” o “posicionamiento natural”. Estos sinónimos de posicionamiento tienen que ver con el tipo de resultados que genera un buscador.

Algunos motores de búsqueda generan dos tipos distintos de resultados: los resultados naturales u orgánicos que son los que están basados en el algoritmo imparcial de los buscadores y, por tanto, no implican inversión alguna en el propio buscador y, por otro lado, los resultados patrocinados, cuya clasificación sí depende del dinero que se invierte en los anuncios. Cuando escuchamos hablar de posicionamiento orgánico o posicionamiento natural nos referimos exclusivamente al posicionamiento de resultados orgánicos.

1.4.3.2 SEO versus SEM

SEO es un término muy utilizado en la actualidad y significa Search Engine Optimization en inglés. Su traducción al español es “Optimización para Motores de Búsqueda”. Es lo mismo que el posicionamiento en buscadores orgánico o natural. Este término, en nuestra opinión, ha incrementado su uso porque la expresión “posicionamiento en buscadores” se aplica en ocasiones para agrupar de forma errónea el posicionamiento en los resultados naturales y el posicionamiento en los enlaces patrocinados de los buscadores. Al usar el término SEO ya se está diferenciando a los especialistas en Posicionamiento Orgánico o Natural.

Por su parte, las siglas SEM significan Search Engine Marketing o Marketing de Buscadores, y se refieren a la gestión eficaz de enlaces patrocinados en los motores de búsqueda.

1.4.3.3 Posicionamiento en Buscadores vs. Alta en Buscadores

En muchos casos se confunden estas dos expresiones. El alta en buscadores es solamente un paso dentro de una campaña de posicionamiento en buscadores.

El alta en buscadores consiste en solicitar la admisión en los diferentes motores de búsqueda para una determinada página web. El alta en buscadores NO posee un peso decisivo en la obtención de buenas posiciones en los resultados de búsqueda. Darse de alta asegura estar en la base de datos de los buscadores para determinadas búsquedas, pero se puede aparecer en el puesto 50 como en el puesto 4.500 de los resultados. El posicionamiento en buscadores es la herramienta que permite ir escalando posiciones para estar entre los primeros puestos, que son los más que con más probabilidad consultarán los autores de la búsqueda.

1.5 Aspectos importantes de los Blogs.

Antes de comenzar a hablar de estrategia de posicionamiento para los blogs es necesario brindar algunos elementos necesarios que ayudarán a comprender el funcionamiento de los mismos.

1.5.1 Algunos conceptos importantes:

❖ XML Feed

Una manera simplificada para enviarle información a los motores de búsqueda en un formato que pueda ser leído por los robots de búsqueda. Normalmente se utiliza en una campaña de inclusión pagada para lograr que un buscador indexe páginas que utilizan tecnología avanzada como Flash o páginas que están compuestas en su mayor parte por gráficos, video, o audio. Esto se debe a que estas páginas no son muy compatibles con los sistemas de clasificación que utilizan los buscadores y un XML feed facilita el trabajo.

❖ Alojamiento

El alojamiento (en inglés hosting) es el lugar remoto dentro de un servidor donde se encuentran guardados los archivos virtuales del Blog. Es la casa virtual del mismo, donde se soportan todos los archivos. El servidor del proveedor de alojamiento se puede encontrar en cualquier parte del mundo. No es necesario tener un proveedor de hosting (alojamiento) en la misma ciudad ni en la misma región o país en que se encuentre registrado su dominio. Y aunque la página web es virtual, el hosting esta en un lugar físico dentro de un servidor.

❖ Blogósfera:

Una de las características que identifican a los Blogs es su tendencia a unirse de acuerdo a sus temáticas o intereses, conectándose, entre si, mediante enlaces y referencias, formando su propia cultura de cooperación y asociación. Como resultado de esto, se va conformando una gran comunidad, un entrono propio para estas páginas personales. La blogósfera es básicamente esa gran comunidad que agrupa a todos los Weblogs, la esfera que los envuelve.

1.5.2 Estructura clásica de un Weblog

Los weblogs se caracterizan por una estructura clásica, con algunas variaciones de acuerdo al servidor y plantilla utilizado.

En general los Blogs cuentan con:

1. Encabezado.

Es la primera vista que tiene el lector de la página, debe reflejar el contenido y estilo del Blog, aparece en la parte superior y contiene el título, en algunos casos la descripción y el logotipo o alguna imagen que represente la bitácora.

2. Post o entrada:

Es la sección más importante, se encuentra en la columna principal. En esta sección como su nombre lo indica se publican los artículos o entradas del Blog, estos pueden ser tan breves como una oración, o prolongarse varios párrafos, lo cual genera que en algunos weblogs la finalización del artículo culmine con un “leer más...”.

En esta sección aparece también:

- Autor del Post
- Fecha de publicación: Es un atributo importante pues sitúa el escrito en el tiempo. Suele expresarse indicando el día, el mes y el año.
- Categoría a la que pertenece: Permite clasificar los artículos dentro de un grupo concreto
- Links o enlaces permanentes: generalmente denominados “enlace permanente”, “link permanente” o ‘permalink’. Es una forma de enlazar un artículo de un blog, o sea referencia exacta de un artículo, ya que de enlazar su página principal, debido a las actualizaciones, es muy probable que ese texto ya no aparezca en la página principal, sino archivado. Un enlace permanente permite ir exactamente a donde se quiere ir, accede la información que se espera y no otra.

3. Comentarios:

Se trata de un enlace a una página de comentarios adscrita a cada uno de los artículos que componen la bitácora. La opción de comentar los blogs permite al visitante dejar su parecer sobre el contenido expuesto en los mismos, matizar lo leído o expandirlo con nuevos datos, hiperenlaces o reflexiones, hecho que, sin dudas, es lo que convierte a los blogs en un medio de información más atractivo y democrático.

Cada entrada de un blog es de por sí un pequeño foro. Los comentarios en los weblogs permiten a nuestros visitantes retroalimentar, complementar y mejorar los artículos que escribimos. Hay quien dice que “un weblog sin comentarios no es weblog”. En muchos sistemas tenemos la posibilidad de permitir o no la inclusión de comentarios anónimos, la llamada para poder efectuar un comentario suele aparecer debajo de cada entrada sencillamente con un enlace que dice “comentarios”. El número de comentarios efectuados se visualiza junto a estas llamadas, posibilitando tanto al "blogger" como a sus lectores saber si se han efectuado nuevos comentarios.

Comunicativamente hablando, es el componente más interesante, es lo que convierte a los blogs en un medio de información más atractivo donde prevale la retroalimentación y el debate.

Bastará con hacer un simple clic en el enlace para que una planilla de comentario se despliegue en la pantalla. Por lo general, está conformada por un espacio donde dejar el comentario y casilleros en los que el lector puede dejar constancia de su nombre/seudónimo; e-mail y su url, si es que el autor del comentario tiene su propio espacio en Internet Asimismo, algunos sistemas de comentarios dan la opción de pre-visualizar lo escrito antes de ser publicado. Finalmente, restará pulsar “enviar”, y el comentario será subido, incluyendo los datos del día, hora y mes en el que fue efectuado.

4. Perfil del autor:

Esta sección casi siempre está presente, generalmente identificada como acerca de. En ella los autores del Weblog incluyen información personal: su foto, nombre, e-mail, edad, residencia, profesión, gustos, aspectos de la personalidad, etc. Aunque esta sección no es obligatoria se recomienda incluirla y brindar algunos datos como una forma de presentarse y darle mayor confianza al lector.

5. Links o enlaces:

Otra de las características que identifica a las bitácoras es la colaboración entre la mayoría de los bloggers, el intercambio de enlaces, formando comunidades según temáticas o intereses comunes, por lo que la lista de enlaces o links a otros sitios puede ser muy larga. Para evitar ese extenso listado es recomendable unificar los vínculos según las categorías.

6. Buscador interno:

A través de esta herramienta podemos buscar, usando palabras claves, artículos archivados en el blog.

7. Archivo:

En esta zona se encuentran archivados todos los artículos y comentarios antiguos, los cuales pueden ser consultados tanto por el autor como por los lectores. Este sistema automático de archivo cronológico que poseen todos los weblogs es precisamente una de las características que identifica a los weblogs y los diferencia de los sitios Web. Además puedes configurar el Archivo, dependiendo del CMS que utilices, por: fecha de publicación (semanas, meses, años), temas, autores, entre otras. Los más frecuentes son los archivos mensuales y temáticos, los cuales se generan asignándole una categoría al post.

La principal ventaja de este archivo es que posibilita un registro ordenado en el que se vuelve sumamente sencillo hallar aquello que uno busca, aun cuando ya no aparezca en la columna principal. Esta facilidad que brinda el archivo se puede maximizar por dos vías: por un lado, incluyendo categorías que agrupan la información de acuerdo a tópicos definidos por el mismo autor; y, por el otro, insertando un “buscador” que, mediante una palabra clave, guía al lector y al autor hacia el registro deseado.

Además de esto la posibilidad de adornar un weblog estará sujeta tanto a las capacidades y conocimientos técnicos de su realizador, así como también, a las posibilidades que ofrezca el sistema de publicación con el que se ha construido la bitácora. Por ejemplo algunos servidores de blogs como por ejemplo miarroba¹², permita la inclusión de un espacio denominado Chat o Tag-Board. A diferencia del comentario tradicional ubicado debajo del post, el Tag-Board permite efectuar discusiones en tiempo real.

¹² <http://www.miarroba.com/>

1.5.3 Características de los Blogs que han facilitado su éxito.

Los weblogs poseen varias características que los han convertido en una de las herramientas colaborativas de mayor popularidad. Muchas personas han escrito sobre las mismas, cada uno con sus propios términos, pero convergiendo casi todos en las mismas razones del por qué los blogs han adquirido un protagonismo decisivo en Internet. A continuación se explica brevemente las causas principales del auge de este medio de información que cada día toma mayor auge.

- Nuevo estilo. Los blogs están aportando nuevos estilos, con personalidad propia, diferente de los formalismos y restricciones de los sitios oficiales de noticias.
- Los Blogs le dan el protagonismo al usuario. El lector absorbe y a la vez brinda información a la red. Tiene la oportunidad de interpretar los artículos leídos y aportar sus propias ideas. Es una forma de interactuar de forma sencilla, admitiendo profundidad y sofisticación.
- Este proceder sienta las bases para la creación de comunidades muy diferentes. Incluso las más especializadas adquieren relevancia en un contexto mundial en el que las barreras del espacio se difuminan. La tendencia de los Blogs es formar comunidades, unirse y formar una gran blogósfera donde el lector puede encontrar en una página vínculos a otros artículos relacionados con el tema, enlaces a otros blogs con la misma temática o intereses.
- La creación de herramientas tecnológicas específicas ligadas a los blogs. Estas herramientas permiten escenificar en la práctica estas comunidades y potenciar la capacidad de proyección de los propios weblogs. Sindicación tipo RSS, los pingbacks, el ping.
- Gratuidad o bajo coste. Los blogs son gratuitos, gracias a la visión anticipativa de algunas empresas que, como Google, ha sabido ver en este movimiento un anticipo del futuro de Internet. Aunque existen servidores y servicios que se pagan, pero no son la mayoría ni son imprescindibles. Incluso si se desea su propio servidor de Blog los costos serían mínimos.
- Adaptabilidad y flexibilidad. Un blog puede servir para publicar el diario de un estudiante de enseñanza media, la comunicación corporativa de una empresa o la evolución de un experimento científico. Existen Blogs de tipo personal, periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo (edublogs), políticos, etc.
- Innovación. La gran cantidad de desarrollos entorno a los blogs es importante. Cada vez aparecen más interesados en el tema y el número de bloggers crece vertiginosamente.

- Sencillez. Para empezar lo único necesario es tener algo que decir. Sin embargo, la sencillez de los blogs no debe confundirse con limitación. Hay periodistas que han empezado con un blog y a los pocos meses disponían de un diario digital on line propio con un coste fijo de 19 dólares al mes. Habían instalado en un hosting de bajo coste herramientas como Mambo y articulado sus weblogs de la forma más atractiva e interactiva para sus usuarios. Brinda la posibilidad, a todo aquel que no tiene conocimientos informáticos, ni avanzadas tecnologías tenga su espacio para publicar sus ideas, pero sin aburrir a aquellos que tienen conocimientos del tema, los cuales pueden realizar cambios avanzados y continuar desarrollándose.
- Contenidos. Desde el punto de vista del sistema, los blogs aparecen cada vez más como la forma más dinámica de generar contenidos en la red.

1.5.4 La tecnología que los hace destacar

Los sistemas de publicación de contenidos han existido desde siempre, pero con los blogs hemos visto algunas innovaciones interesantes:

1. • La sindicación por medio de RSS, Atom o RDF se ha popularizado con los blogs, permitiendo que podamos seguirlos desde un lector que nos mantendrá informados de sus actualizaciones.
2. • El envío de pings al publicar una nueva entrada en los blogs permite que notifiquemos a grandes bases de datos sobre la actualización del blog. Sitios Web como bitacoras.com y blogalaxia.com muestran en su portada los últimos blogs actualizados gracias a esta funcionalidad.
3. • Los trackbacks /pingbacks que permiten la comunicación entre blogs, para enviar una referencia de un blog x a un blog y sobre un tema que tengan en común
4. • La mayoría de aplicaciones prefabricadas para blogs han promovido el uso de los estándares XHTML y CSS en los diseños de los blogs. Esto facilita el indexamiento de los contenidos de los blogs por medio de los buscadores.

1.5.4.1 Sindicación

El término sindicación es un barbarismo que proviene del inglés "syndication", habitual en la terminología anglosajona de los medios de comunicación.

De acuerdo al diccionario conciso de Oxford, es un sustantivo derivado del verbo syndicate (sindicar) publicar o difundir simultáneamente a múltiples recipientes.

En fin la sindicación no es más un proceso mediante el cual un productor o un distribuidor de contenidos proporciona información en formato digital a un suscriptor o a una red de subscriptores, generalmente con el ánimo de que los integren en sus propios sitios Web. Esto le permite obtener de manera resumida, las últimas actualizaciones de todas sus fuentes preferidas sin necesidad de andar navegando por la Red, lo cual constituye un ahorro de tiempo y esfuerzo.

Este proceso es implementado mediante la utilización de algún estándar de sindicación, entre los cuales se destacan el RSS, y Atom.

- RSS: Really Simple Syndication (Sindicación realmente simple) es un formato basado en XML para el acceso a contenidos a través de unas herramientas, los lectores de feeds, expresamente desarrollados para ello. De esta forma podemos tener constancia de la actualización de gran cantidad de páginas directamente en nuestro escritorio, cliente de correo o a través de la Web.
- Atom: formato para la sindicación de contenidos, similar al RSS, nació para resolver la confusión creada por la existencia de estándares similares para la distribución de contenidos. Pero más que eliminar el problema de la multiplicidad de estándares, ha creado un formato nuevo, condenado a convivir con los que pretendía sustituir. La principal característica distintiva de Atom es su flexibilidad: es un formato consistente en cuanto a la sindicación, el almacenamiento y la edición de contenidos, capaz de transportar información más compleja. Los artículos sindicados con Atom acostumbran a incluir el texto completo, y de esta manera es posible ejercer un control adicional sobre la cantidad de información a representar en los agregadores. (*Bitácoras y sindicación de contenidos*. 2005)

❖ Proceso de sindicación

Los programas informáticos compatibles con alguno de estos estándares consultan periódicamente una página con titulares que enlazan con los artículos completos en el sitio web original. A diferencia de otros medios de comunicación, los derechos de redifusión de contenidos web suelen ser gratuitos, y no suele mediar un contrato entre las partes sino una licencia de normas de uso.

❖ ¿Cómo utilizar el servicio?

Para poder leer un canal RSS es necesario conectarse a un sitio que brinde el servicio de lectura de este Canal RSS. Otra vía es instalar algún programa para la descarga automática, lectura y conservación de noticias, de los cuales hay muchos y la mayoría gratuitos. Mientras más complicados, sus posibilidades de configuración son mayores.

❖ Funcionamiento de esta tecnología en los Blogs

La fuente de noticias de una bitácora —y, por extensión, la de cualquier web interesado en syndicar sus contenidos— es un fichero texto alojado en el servidor. Dentro de este fichero, los editores del sitio Web colocan los titulares de una forma ordenada y estructurada, y una descripción de los últimos contenidos publicados. Además de los titulares, RSS incluye un conjunto de códigos para que los agregadores puedan detectar de forma automática cuándo hay contenidos actualizados, y avisar al usuario de la disponibilidad de esa nueva información.

Muchos de los servidores de blogs cuentan con una dirección de RSS, (como por ejemplo [nireblog](#).) la cual aparece publicada en la portada del mismo, de no ser así puede aparecer donde diga feed del sitio, de no ser así consulte las características del servidor o escríbale al webmaster para saber si su Blog cuenta con dirección RSS, la cual es muy importante no solo para que los lectores interesados la añadan a su canal de sindicación, sino también para la suscripción en algunos sitios. En último caso puede buscar algunos sitios Creadores de RSS para sitios que no soportan sindicación (por ejemplo <http://page2rss.com/> o feed)

1.5.4.2 El envío de pings

Envío de señales a determinados sitios indicándoles que ha habido una actualización en el Blog, con esto se evita tener que acceder a todo los sitios donde tienes registrado el mismo para informarle cada vez que añades un contenido nuevo, sino que al realizar una nueva entrada automáticamente el sistema envía la señal a todos aquellos sitios que están predefinidos, los cuales comprueban la fecha de actualización y cuales son las nuevas publicaciones.

1.5.4.3 Los trackbacks /pingbacks

Es un aviso automático que notifica si otro blog ha enlazado uno de los artículos de determinado Blog. En español, algunos autores lo han traducido como "retroenlace" o "enlace inverso". Se trata de un método incorporado en muchos sistemas de blogs, mediante el cual el bloguero1 le comunica a otro (Bloguero2) que ha visitado su blog donde ha leído un artículo que le interesa y que quiere comentar. Entonces el bloguero1 escribe un artículo con trackback a dicho artículo. En el post del bloguero 2 el trackback del bloguero 1 aparecerá como un comentario.

Esta estrategia se utiliza mayormente para comentarios u opiniones largas que se prefieren explicar desde blog propio. Además, al hacer trackback a un artículo de otro blog se le permite a lectores del blog que hizo trackback participar y comentar la opinión e su autor, así como ir a comentar directamente a ese otro blog fuente.

El "Trackback" se puede ver desde dos puntos de vista: como agente activo o como agente pasivo.

Como dice José Manuel Noguera Vivo:

"Básicamente lo que permite este sistema son dos cosas: avisar a un editor que se ha enlazado a un post suyo y por otra parte, enterarnos de que otras bitácoras han hecho lo mismo con uno nuestro.

Por tanto, el retroenlace se puede ver desde dos puntos de vista: como agente activo o como agente pasivo. En el primer caso (nosotros hacemos trackback), lo que estamos haciendo es decirle a alguien que hemos enlazado hacia un contenido suyo; en cambio, como agentes pasivos (nos hacen trackback), alguien nos avisa de que ha enlazado a una parte de nuestro contenido".(CASTRILLO 2005)

1.5.4.4 el uso de los estándares XHTML y CSS

❖ XHTML

XHTML ("Extensible HyperText Markup Language") es la evolución de la última versión de HTML (4.01) hacia una nueva estructura y sintaxis de documentos distribuidos en ambientes Web basados en el estándar XML.

Entre las principales diferencias de HTML 4.01 a XHTML son:

- XHTML posee una sintaxis estrictamente apegada a XML a diferencia de HTML.
- La anulación ("deprecation") de diversos tags HTML 4.01, no válidos en XHTML.
- Fuerte énfasis en el uso de CSS ("Cascading Style Sheets")

❖ CSS

CSS ("Cascading Style Sheets") es una metodología para dar uniformidad al uso de tags en documentos HTML, como habrá notado en las secciones anteriores de la guía rápida, el agregar atributos a cada Tag HTML puede ser un proceso mecánico. Imagínese que desee centrar todas las celdas (<td>) en un documento o en todo un sitio, seguramente el agregar align="center" a todos los elementos <td> sería un proceso muy tediosos, y es precisamente a través de CSS ("Cascading Style Sheets") que se facilitan este tipo de tareas.

El nombre Cascading (En Cascada) tiene sus raíces en el funcionamiento de las mismas, ya que es posible definir uniformidades en tres distintos puntos de un documento:

- I. Uniformidad en Varios Documentos (Archivo CSS)
- II. Uniformidad en Documento (Tags <style> y)
- III. Uniformidad en Tag (Clases y en Línea)

El efecto en Cascada se debe al nivel de precedencia (importancia) que se toma al ser interpretadas las diversas uniformidades en el documento, esto es, si en los atributos dentro de los tags <style> (Uniformidad en Documento) existen varias definiciones traslapadas con aquellas definidas en un archivo CSS, entonces las ultimas tomarán precedencia, de igual manera, aquellas definiciones por Tag (Clases y en Línea) tomarán precedencia sobre aquellas de Documento (Tags <style> y) y archivos CSS. En caso de no definirse ninguna funcionalidad para algún tag el Navegador utiliza sus valores "defaults"

1.3.5 Servicios y aplicaciones prefabricadas para el manejo de blogs

Hay muchísimos servicios que alojan blogs ofreciendo distintas características.

- En español y con servicio gratuito se pueden mencionar a bitacoras.com, blogger, blogia, blogalia, Zona Libre, MiArroba, Ya.com y MSN Spaces .(Anexo 3)

Para los que desean alojar su blog, hay también varias aplicaciones prefabricadas que pueden ayudar:

- Movable Type es una de las más reconocidas herramientas, funcionando con CGI y soporte para Mysql. Permite manejar múltiples autores y blogs. Es una aplicación de pago, aunque ofrecen una versión gratuita para uso personal.

- WordPress es una aplicación manejada con PHP y Mysql y con licencia GPL. Es la más popular herramienta en PHP y gracias a su comunidad, la cantidad de plugins y mejoras sigue creciendo. Permite manejar un blog con varios autores.

- TextPattern es otro sistema de publicación que ha tenido gran aceptación para el manejo de blog. Funciona con PHP y Mysql. Su sistema administrativo tiene una mejor interfaz que WordPress.

- .Text es la opción para los que utilizan ASP.net y permite el manejo de múltiples blogs.

Para los weblogs cubanos debido al bloqueo y demás condiciones explicadas en el capítulo 1 se recomienda aplicar la primera opción

1. 6 Conclusiones del capítulo

Los blogs poseen características que los hacen destacar y los convierten en una herramienta colaborativa de gran popularidad. Además utilizan tecnologías que han tomado gran auge como son los RSS, los ping, el uso de los estándares XHTML y CSS y los trackbacks /pingbacks. También podemos unir a estas facilidades el hecho de ser generalmente gratis su alojamiento en servidores que cada día aumentan en número, eficiencia y facilidades de uso.

Por otro lado, a medida que aumenta el volumen de información en Internet, el Posicionamiento web se vuelve un elemento indispensable en la promoción de ideas y servicios. Un buen posicionamiento solo se logra como resultado de la aplicación de las técnicas adecuadas.

El posicionamiento web para los blogs ha sido poco estudiado. Es necesario estudiar el posicionamiento web en general, y, teniendo en cuenta las características especiales de los Weblogs, diseñar una estrategia que facilite una mejor visibilidad de estos en la Red de redes.

Capítulo 2

Análisis de estrategias existentes

2.1 Introducción

En este capítulo se realiza un análisis de algunas definiciones del término estrategia. Se explican además algunas estrategias de Posicionamiento Web diseñadas por varios especialistas. También se analizan estrategias de posicionamiento para los blogs y además algunos consejos y trucos para lograr mayor número de visitas ofrecidas por blogueros. Todos estos estudios con el objetivo de determinar los elementos más importantes en el posicionamiento en buscadores y en la blogósfera.

2.2 Algunas reflexiones metodológicas necesarias acerca de las estrategias.

En la actualidad, son muchas y variadas las investigaciones en que se plantean la realización de estrategias, y esto se debe, a las ventajas que ellas ofrecen, en la enseñanza de métodos para optimizar el trabajo.

Para hablar del concepto "estrategia" y su evolución se toma como referencia primaria al año 300 antes de nuestra era, con el libro de Tzun Tzu "El Arte de la Guerra", en el cual se establecen recomendaciones sobre cómo hacer la guerra.

El origen del término se remonta a Grecia, Estrategeia, estrategos o el arte del general en la guerra.

En el diccionario Larousse (1968) se define estrategia como el arte de dirigir operaciones militares, habilidad para dirigir, lo que confirma su origen en el campo militar.

❖ Según la wikipedia

Una estrategia es un conjunto de acciones que se lleva a cabo para lograr un determinado fin. Proviene del griego ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ Stratos = Ejército y Agein = conductor, guía. Se aplica en distintos contextos:

La palabra estrategia, es utilizada de formas diferentes en las distintas ramas del saber, incluyendo el campo de la pedagogía. Es identificada con términos tales como: objetivos, pauta, patrón o plan de acción, alternativas, posición y perspectiva.

Muchas otras definiciones de estrategia sean dado, entre los cuales podemos citar:

Una estrategia “es la habilidad para dirigir un asunto. Implica destreza, pericia, práctica y experiencia”. M. González (2001) (HERNÁNDEZ 2005)

- ❖ Una estrategia “apunta al uso deliberado y planificado de una secuencia compuesta por acciones o procedimientos dirigida a alcanzar una meta establecida”. J. Pozo, (1998)(HERNÁNDEZ 2005)

- ❖ En el Proyecto “Estrategia Metodológica para el desarrollo de Habilidades Investigativas en los profesionales de Ciencias Técnicas” se cita:

“Estrategia es el proceso consciente y lógico en el cual se modela y diseña un escenario futuro, poniendo todo el empeño en construirlo a través de acciones encaminadas a producir cambios cuantitativos y cualitativos dirigidos a provocar una nueva cualidad. Se fundamenta en las acciones tácticas, definiendo con claridad su misión, pertenencia social y el punto de partida, así como los objetivos propuestos a lograr en un tiempo determinado”. (PÉREZ 2005)

- ❖ Pero se considera según la investigación como una de las definiciones más completas la dada por Mintzberg

“La estrategia es definida como el proceso de fundamentación, diseño, implementación y evaluación de una transformación cualitativa esencial en el funcionamiento de una institución que le permita organizar su trabajo presente en función de las exigencias futuras del entorno Mintzberg la clasifica como las cinco P.

- a-. Estrategia como plan, una especie de curso de acción consciente determinado, una guía para abordar una acción específica orientada a lograr objetivos establecidos... se elabora antes de las acciones en las que se aplicarán y desarrollarán de manera conscientemente determinada.

- b-. Estrategia como plan de acción... una maniobra para ganar la partida contrincante o competidora... nos lleva al plano de la competencia directa, donde las amenazas, los artificios y otras maniobras son empleadas para obtener ventajas.
- c-. Estrategia como patrón... permite a los líderes intentar establecer direcciones específicas para las organizaciones y así encausarlas en un curso de acción predeterminada, también introduce la noción de convergencia y el logro de la consistencia en el comportamiento de la organización.
- d-. Estrategia como posición: fuerza mediadora o acoplamiento entre la organización y el medio ambiente o sea el contexto interno y externo.
- e-. Estrategia como perspectiva: postula temática de cómo se difunden las intenciones en un grupo de personas para que estas sean compartidas como normas y valores sociales y como involucrar y aprender los patrones de comportamiento.”(PÉREZ. 2005)

2.3 Algunas estrategias de posicionamiento Web

Son muchas las personas que se han dedicado a estudiar el posicionamiento Web, sobre todo con fines de marketing, que es el principal impulsor de estudios de competitividad en Internet. En el caso de Blogs, los cuales tienen características diferentes de los sitios Web tradicionales, a pesar de que varias personas han escrito consejos para lograr mayor número de visitas a los mismos y algunos hasta estrategias de posicionamiento, no se conoce de ninguna estrategia de posicionamiento bien definida para lograr un buen posicionamiento en Internet y menos aun para el caso específico de los weblogs cubanos.

Una página cuidadosamente posicionada es el arma letal en la promoción de webs, y los que no la emplean pueden encontrarse invisibles.

Uno de los métodos habituales de buscar información es a través de los buscadores, ya sean motores de búsqueda o directorios. De ahí que la mayoría de las estrategias creadas se encaminen a lograr una posición privilegiada en los principales buscadores como google, yahoo y otros

En este epígrafe se pretende hacer un análisis de algunas de estas estrategias.

2.3.1. Posicionamiento en Google

Google es considerado el buscador más popular, abarcando aproximadamente el 70 % de las búsquedas. Este cuenta con un motor de búsqueda muy potente basado en spiders o arañas.

A continuación se muestran algunas técnicas de posicionamiento para google que la autora consideró eran las más completas de todas las encontradas.

“Las claves del posicionamiento en google según google.dirson.com

Las claves del posicionamiento en google podrían reducirse a 3, aunque cada una de ellas merece una especial atención, ya que aparecer en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda de google es el resultado de conseguir que estos parámetros estén perfectamente ajustados en su sitio web.

1º El contenido de su sitio web

Nuestro sitio web tiene que crecer continuamente con contenidos relevantes porque los motores de búsqueda siguen indexando continuamente su sitio web, encontrando nuevas páginas y recalificándolas para un beneficio mutuo, usted es encontrado con más búsquedas relevantes y ellos ofrecen resultados más cualificados a los usuarios que realizan las búsquedas.

De esta sinergia es de donde nace su éxito o su fracaso en Internet, su primer paso es obtener un público cualificado interesado por sus productos y servicios y para ello necesitará renovar y ampliar constantemente sus contenidos.

Escoja un buen gestor de contenidos web (CMS) que le simplifique las tareas de administración de su sitio web si desea conseguir un buen posicionamiento en buscadores.

2º El PageRank de su página web

PageRank es una tecnología exclusiva de google encargada de medir la importancia de un sitio web basándose en el número de link que direccionan o apuntan a su página web.

Cuanto mayor sea el PageRank de una página web antes aparecen sus resultados en las búsquedas que se realizan en Google.

¿Cómo se consigue el PageRank en Google?

Básicamente la fórmula funciona bien, si se consigue que el mayor número de páginas posible, tengan un link que apunte a nuestra página web. Es importante tener en cuenta que google tiene presente el grado de popularidad de las páginas que te indexan. Intenta aparecer también en los principales directorios (Yahoo!, DMOZ)

El PageRank se consigue pues, obteniendo enlaces o link, y google considera según el número de enlaces que su sitio obtiene, una calificación para cada sitio web, que puntúa de 0 a 10 (como las notas).

¿Cómo puedo conocer el PageRank de una página web en Google?

Si tiene la barra de Google instalada en su navegador, el valor numérico de 0 a 10 se muestra al aproximar el cursor de su ratón a la barra de Google sobre la leyenda PageRank.

Si usted tiene la barra de google instalada en su navegador y no puede ver PageRank, habilite las funciones avanzadas de la barra, o reinstale el software y habilite las funciones avanzadas en esta ocasión.

Acceda a este link de la página [acerca de Google](#) e instale la BARRA DE GOOGLE, el link para descargar el programa se encuentra en la parte superior izquierda, descargue sin problemas este software y habilítele las opciones avanzadas si quiere conocer el PageRank de su sitio web y los de todos los que visite.

Un buen **SEO** puede ayudarle a conseguir link en directorios de calidad y ayudarle a elaborar estrategias para mejorar su posicionamiento en buscadores de una forma eficaz. Consulte nuestros servicios de posicionamiento en buscadores aquí.

3º Otros factores

La antigüedad de un nombre de dominio.

La relevancia del nombre del dominio para las búsquedas de nuestro interés.

El número de páginas actuales existentes que hagan competencia a nuestros intereses, y lo bien o mal que estén optimizadas para los motores de búsqueda

Buen posicionamiento de las palabras claves

Procura que tus páginas sean sencillas, fáciles de cargar. Al robot de Google no le gustan las páginas con excesivas decoraciones y simplemente busca textos legibles y contenidos claros

Google sabe que muchas personas le intentan engañar, y está empezando a tomar medidas contra páginas web que realizan prácticas poco éticas para mejorar su posicionamiento. Infórmate de cuáles son y cómo evitarlas.

Posicionar las palabras claves (keywords)

1. **TITLE:** Probablemente el lugar más importante. Intenta que en el título de la página web aparezcan las palabras claves deseadas. Además, haz un esfuerzo para escribir títulos no muy largos (que no superen los 50 caracteres), y no repetir más de 3 veces la misma palabra (Google lo puede considerar 'spam').

2. **ALT:** La etiqueta ALT está presente dentro de las etiquetas de imágenes, de la forma: ``

El texto de la etiqueta ALT surgió cuando había navegadores que no incluían las imágenes, y este texto era mostrado en lugar de la imagen. Aún hoy en día, algunos navegadores (como MS Internet Explorer) lo muestran cuando pasamos el ratón por encima de la imagen. Google tiene en cuenta este texto, sobre todo si la imagen es un enlace a otra página web. Por ello es conveniente que dentro de la etiqueta ALT insertemos palabras claves.

3. **META TAGS:** Google no tiene en cuenta los contenidos de los siguientes META TAGS:

- META NAME="keywords"
- META NAME="description"

Este último, sin embargo, es utilizado de vez en cuando por Google en lugar del 'snippet' (la pequeña descripción que suele aparecer en los resultados de Google) cuando el contenido del META coincide con la búsqueda realizada.

De todas maneras, es recomendable utilizarlos, ya que algunos buscadores siguen haciendo uso de estos dos METAS. Recuerda que Google no es el único buscador, y podemos conseguir visitas desde otros buscadores.

4. **URL:** Se sospecha que Google sí valora que la URL (dirección de la página web) contenga las palabras claves, aunque no le da demasiado peso. Intenta que contenga las keywords deseadas,

pero no abuses y no intentes que el dominio, subdominio y nombre de la página contenga estas palabras clave. Puedes conseguir que Google te penalice.

En las URLs intenta separar los nombre con guiones 'normales' ("-"), y no con un guión 'bajo' ("_"). Intenta escribir "mi-página.html" mejor que "mi_página.html".

En el resto de tu página web, intenta situar varias veces las palabras clave que intentas optimizar. Tampoco abuses de esto, porque tus textos serán más difíciles de leer (recuerda que diseñas las páginas para los usuarios, no para los buscadores).

5. **Tags:** Además, Google estima que determinados **TAGS** (etiquetas) reflejan mayor importancia del texto. Por ejemplo, situar un texto entre las etiquetas **<H1>** y **</H1>** lo realza en la apariencia que el usuario ve en la página, pero también Google estima que esas palabras son más importantes, y lo tendrá en cuenta. Lo mismo ocurre con las etiquetas **<H2>** (**<H3>**, **<H4>**,...), **** (negrita) y **<I>** (itálica o cursiva). Conviene que repases el viejo HTML que has olvidado, o que eches un vistazo a algún [tutorial de HTML](#).

Intenta diseñar las páginas web y sus contenidos para que las palabras clave aparezcan dentro de estas etiquetas, pero tampoco abuses de ello, ya que Google puede considerarlo como 'spam', y te puede penalizar.

Por otra parte, hay herramientas en Internet que obtienen la densidad de palabras claves de tu sitio web. Puedes encontrarlas en esta búsqueda:

<http://www.google.com/search?q=keyword+density+analyzer> (www.keyworddensity.com)

Cada una de las herramientas te dará un resultado diferente, porque en realidad Google utiliza un algoritmo bastante complicado para estimar en qué grado una página se ajusta a determinadas palabras claves. De todas maneras, puedes utilizar alguna de las herramientas sugeridas, e intentar que la densidad de tus palabras claves en tu página web sea del 5-20%.

Además, intenta que las palabras claves que has seleccionado aparezcan en los links que apuntan hacia tus páginas web.

Y, por supuesto, vigila la ortografía de tus palabras claves. Ya sabemos que mucha gente escribe mal las palabras, o que se confunden al escribir. Pero si buscamos 'avogados en caracas', Google nos sugerirá rápidamente 'abogados en caracas'."(*Posicionamiento web en Google*)

Para lograr un buen posicionamiento en el nuevo google (2007)

“Google quiere en los primeros puestos webs importantes; el sistema en el que se basó, el PageRank, consideraba que cada enlace era un voto; Google quiere devolver en las primeras posiciones las webs que los usuarios de Internet ya consideran que son importantes.

La gran diferencia es que ahora, cada vez es más difícil simular importancia; tienes que serlo realmente. Por eso, los posicionadores se han centrado en los últimos años en promocionar sus webs a través de webs como Digg, Menéame, Del.icio.us, etc., ya que destacar en una de ellas comporta obtener muchos más enlaces; enlaces 'genuinos', el tipo de enlace que Google siempre ha querido premiar, no enlaces 'manufacturados'.

Y para lograrlo, el mejor camino consiste en ser importantes, en lugar de parecer importantes; es por ello que los SEOs se centran en uno o dos proyectos importantes, en lugar de en muchos pequeños proyectos, porque ya no compensa promocionar un *minisite*, y es mucho más difícil promocionar una web que nadie va a enlazar espontáneamente.

Por otra parte, Google también patentó ciertas técnicas que reconocen el crecimiento de una web a lo largo del tiempo, por lo que es muy, muy difícil ver resultados a corto plazo; es necesario resignarse a tener un período de crecimiento sin Google, y que los éxitos que logremos (que nos enlacen, que se hable de nosotros) darán su fruto varios meses más tarde.

Por tanto:

❖ Lo que NO hay que hacer con el nuevo Google: Obtener enlaces falsos; en especial, si lo que haces al principio de un proyecto consiste en conseguir muchos enlaces de fuentes de baja autoridad, eso puede significar el beso de la muerte para tu proyecto, en cuanto a tráfico desde Google.

Esforzarse por promocionar un proyecto que no vaya a interesar a nadie.

❖ Lo que hay que hacer con el nuevo Google: Ser importante; ser revelante; que se te conozca y se te enlace en la comunidad de webs sobre el tema de tu sitio. Tener contenido original (añadiendo nuevo contenido a menudo si quieres poder posicionar nuevas páginas en el futuro). Publicar cosas interesantes que sean comentadas en webs sociales como menéame y digg, guardadas en Del.icio.us, enlazadas desde blogs, citadas por la Wikipedia.

Tener un proyecto interesante, sin el cual es imposible que el anterior punto suceda.

❖ Fijarse en lo que funciona: Si hay algún proyecto similar al que quieres desarrollar, estúdialo. Entra en Yahoo y usa el comando **linkdomain:** para comprobar qué enlaces tiene. Mira qué webs se comentan en Menéame y Digg, o tienen muchos marcadores en del.icio.us, etc. Pero ten en cuenta que las webs que ya tienen varios años, a causa de la valoración que Google hace de los factores temporales, disfrutan de una ventaja que difícilmente tú tendrás.

❖ Algunos apuntes técnicos: El énfasis que Google ha puesto en evaluar los enlaces ha venido acompañado por una pérdida de importancia de algunos factores tradicionales de optimización; por ejemplo, es absurdo preocuparse ya por conceptos como la densidad de las palabras clave; basta con que aparezcan en el título y un par de veces en el texto.

❖ Tener contenido duplicado conlleva un gran riesgo (esta misma web fue severamente penalizada por tener una copia del Open Directory); incluso con contenido original, si tu web es nueva y su contenido es copiado por parte de una web más importante, es probable que no sean tu web la que aparezca en los resultados, sino la web ya establecida, por eso hay que ir con pies de plomo a la hora de autorizar el uso de nuestro contenido en otras partes.

La indexación de Google ha mejorado mucho en términos del tiempo que pasa entre actualizaciones; antes, había que esperar un mes para ver nuevos resultados; algunas webs importantes, o para algunos temas que son noticia, **se pueden ver las nuevas versiones en los resultados de Google en cuestión de horas**; sin embargo, según la importancia de tu web, es probable que aún debas esperar días para ver los cambios.

Google ha puesto a disposición de los webmasters diversas herramientas, entre las que destaca la posibilidad de comprobar si Google ha tenido algún problema para indexar tu web.

No tiene sentido darse de alta en Google y los otros buscadores; no lo tenía hace tres años, y ahora lo tiene aún menos. Deja que te encuentren.

Algunos consejos para terminar

- El linkspam, los enlaces de baja calidad, los intercambios de enlaces, y otros atajos, no compensan, excepto a corto plazo y para proyectos que es imposible promocionar por otras vías. A menudo, suelen ser perjudiciales.
- El viejo consejo de Google de que lo único que has de hacer es escribir buen contenido y olvidar lo demás sigue siendo falso. Si antes el consejo era: sí, escribe buen contenido, pero luego promócelo a través de Google, el consejo ahora es: escribe buen contenido, y asegúrate de que lo conocen las personas a las que Google 'escucha' para determinar lo que es importante.
- Si a pesar de todo, decides que tienes que simular un poco de popularidad, intenta que no sea evidente: no consigas todos los enlaces al mismo tiempo, varía el anchor text y la página de destino dentro de tu web, etc.
- Aunque Google ha mejorado la indexación de webs con javascript y flash, es conveniente seguir ofreciendo una navegación a base de enlaces tradicionales para asegurar la correcta indexación de nuestra web.
- Olvídate del PageRank. Desactívalo de la barra de tu navegador.
- Comprométete con un proyecto sólido y descarta trampear.
- Deja que tu web tenga una trayectoria coherente; si haces grandes cambios o modificas su orientación de forma radical, es probable que pierdas lo que hayas conseguido”.

(AZLOR 2007)

Los aspectos que se consideran más importantes en este epígrafe son las acciones para lograr posicionamiento en e google 2007 y fundamentalmente en los puntos que se sugiere publicar noticias en webs sociales y hacer lo posible por ser enlazado por páginas y directorios siempre y cuando tengan alguna relación el blog, no obtener enlaces engañoso.

2.3.2 Posicionamiento en Yahoo

Yahoo es otra de las principales vías de acceso de los internautas a las páginas deseadas. Este es un directorio con un motor de búsqueda: primeramente busca sitios catalogados y si no obtiene resultados entonces salta automáticamente a la función motora. Utiliza como algoritmo de posicionamiento el WebRank, que, en teoría, funciona de forma similar al algoritmo de posicionamiento PageRank.

“Sin embargo la experiencia de varias personas que hemos experimentado con los dos algoritmos de posicionamiento nos hace pensar que esto no es del todo cierto. Más bien tiene en cuenta la popularidad del sitio medida en las personas que utilizan su barra para acceder a él. Seguidamente voy a exponer ciertos criterios que pueden ser positivos para ascender en Yahoo.

- Webrank-1. Es importante darse de alta en directorios como DMOZ y Yahoo.
- Webrank-2. Es importante ser consciente que Yahoo no omite términos en las búsquedas, es decir, Algoritmos de posicionamiento y Algoritmos y posicionamiento daría resultados distintos. En concreto para la primera búsqueda a fecha 10 de abril de 2006 esta página aparece la primera situada y para la segunda la tercera.
- Webrank-3. Yahoo! sigue teniendo en cuenta la Meta Tag Keywords, en desuso para otros buscadores. Su peso es similar a la utilización de las keywords en el body de la página
- Webrank-4. Otro elemento a tener en cuenta es el denominado Spam on the page. El hecho de repetir keywords con altas densidades y variando el texto, hace muy posible que aparezcamos en muchas búsquedas relacionadas y variadas con las keywords que tengan una alta densidad.
- Webrank-5. Yahoo le da gran importancia al título de la página. La principal diferencia con Google es que no es estricto a la hora de la repetición de KeyWords en él.
- Webrank-6. La densidad de las palabras clave es fundamental para obtener un buen resultado en Yahoo. Se recomienda su uso tanto en el texto, como en el título, etiquetas meta...etc.
- Webrank-7. Las palabras clave o Keyword en la URL tienen un mayor peso, sobre todo cuanto más a la izquierda se hallen.
- Webrank-8. Los cambios y actualizaciones en Yahoo son más lentos que en Google con que sólo nos queda armarnos de paciencia y esperar...”(BALLESTEROSS)

Las técnicas de posicionamiento para Yahoo se dice que pueden afectar el posicionamiento en Google, por lo que se debe ser muy cuidadoso en los aspectos que se tienen en cuenta para el webrank. La autora considera se deben tener en cuenta los aspectos 1, 3, 5, 6 y 7.

2.4 Estrategias de posicionamiento y promoción de los Blogs

En el caso particular de los weblogs es importante no solo tener un buen posicionamiento en los buscadores sino también lograr un lugar adecuado en los ranking de los directorios de Blogs, entre los que se destaca Blogalaxia. Otro aspecto fundamental es lograr que a las personas que encuentren el Blog les guste para que continúen visitándolo y lo enlacen desde sus páginas. Por este motivo en este epígrafe se hace referencias no solo a las estrategias de posicionamiento de los Blogs, solo se encontraron 2, de finales del 2006 y el 2007; sino también se analizan consejos dados por los Blogueros y a la experiencia de exitosos autores de Blogs. Durante la investigación se encontraron muchos otros artículos de posicionamiento en Google y de consejos y técnicas para promoción de Blogs, entre los cuales se seleccionaron algunos de los más completos siendo las mismas las que y son las que aparecen en este capítulo como referencia.

2.4.1 En el Blog **abadías Fernando Polo publica 5 trucos para promocionar el Blog**

1. “Haga la prueba del algodón.”: Pregúntese si de verdad quiere fastidiarse todos los días vomitando palabras y palabras, a precio de saldo. Cuando haya decidido que sí, pruebe a hacerlo durante un mes, con el blog cerrado y sin visitas. O mejor durante dos meses. Si lo considera cansado y desmotivante, replantéese la decisión.
2. Sea bueno, muy bueno.: Si le gusta escribir y además quiere hacerlo, pues hágalo. Pero si además pretende que la gente se tome la molestia de leerle, sea bueno. Muy bueno. Ser bueno no asegura el éxito, y los pocos blogs malos con mucha audiencia existentes se beneficiaron de ser los primeros en mover ficha: algo que YA no funciona, ni volverá a funcionar jamás.
3. Dedíquele horas, muchas horas: Ser bueno no basta. Además hay que dedicarle muchas horas al blog. Ser preciso, aportar datos, leer, descubrir novedades, levantar primicias, desenterrar otros blogs, recomendar como un loco. Y habrá que redactar y corregir, y buscar la fórmula apropiada, y encontrar la frase atrayente. Un verdadero infierno. Y casi con toda

seguridad, nadie le remunerará esas horas en metálico. Y su familia (si todavía permanece a su lado) no dejará pasar un instante sin recriminárselo.

4. Encuentre su ecosistema.: Busque sus medias naranjas. Una de las cosas más entrañables de la blogósfera es la facilidad para conocer a gente afín. Descubra blogs que se le antojen próximos. Y comente en ellos, y participe y debata. Y hágalo de manera inteligente. Cultive la empatía blogueril. Devuelva los links, participe de la blogcultura. Y no se olvide de ellos. Sea continuo en el esfuerzo, recuérdelos que sigue ahí, y déles motivos para que le devuelvan las visitas. La amistad hay que cultivarla con cariño y devoción. Y con links, links y más links (aprovéchese, son gratuitos).
5. No vaya de gurú.: Una estadística que me he inventado dice que sólo uno entre un millón llega a convertirse en gurú (por simple campana de Gauss), y los 999.998 restantes (mi esposa excluida) no dejan de sentir envidia. Si su objetivo es devenir gurú, al menos no lo predique a los cuatro googles, y quizá llegue antes a su meta. Reconozca abiertamente que sus lectores pueden saber más que usted -lo cual es terroríficamente cierto- y aprenda de ellos. Esto no significa que no pueda permitirse un poco de autobombo de vez en cuando (siempre necesario, especialmente cuando uno no tiene abuela, al menos conectada a Internet)(ABLADIAS 2005)

Estos 5 trucos coinciden con los comentarios y artículos relacionados con el tema, publicados por muchos blogueros y se considera que todos son importantes, aunque no suficientes.

2.4.2 Trabajo sobre usabilidad en los blogs

Se realizó un trabajo de discusión en línea entre los integrantes repartidos por México, España y Chile y se generó el siguiente listado de problemas comunes de usabilidad en blogs y los consejos para erradicarlos, los cuales ayudan en la optimización del Blog

- Enlace a la página principal no disponible: Un error frecuente y complejo es la falta de un vínculo permanente hacia la página principal o portada del blog. Un usuario que entre al sitio directamente a una página interior se verá imposibilitado de acceder a la portada, a menos que modifique directamente la URL buscando la página principal.

- Enlaces embebidos: Los enlaces que figuran dentro de un texto más extenso deben tener un rótulo descriptivo, que permita predecir hacia dónde lleva el enlace y que a la vez sea significativo respecto al contenido del que trata. Deben ser representados visualmente de un modo distinto y lo más convencional posible. Por esta caracterización especial, no se debe abusar de enlaces en el cuerpo del texto, ya que pueden producir ruido visual y dificultar la lectura.
- Acerca de...: No es necesaria una fotografía del autor, pero una breve descripción del sitio y un aviso desde que lugar (país) desde donde se está escribiendo es de gran importancia. Darse a conocer genera confianza y esto aumenta la credibilidad.
- Correo de contacto: Un correo de contacto es fundamental, los comentarios en el blog no son suficientes. Si alguien desea preguntar algo en privado, sugerir un tema, o establecer cualquier tipo de comunicación, debe encontrar un mecanismo simple y efectivo para ello.
- Enlaces permanentes (Permanent Links) usables: Los permalinks o enlaces permanentes son la URI para identificar un post. El permalink de un post debe ser único y permanente, no cambiar. A esto se aplican las reglas generales de una URI bien diseñada: que sea legible y no una solicitud GET de forma `http://miblog.com?postid=12345`
- Títulos claros y significativos: Los títulos deben ser precisos y concretos además de estar relacionados con el contenido de un post. Un título como He estado pensando... es ambiguo y poco significativo, en tanto Pensamientos sobre diseño utiliza palabras clave relevantes que indican inequívocamente el tema general del que se habla. Esto ayudará a describir mejor el tema, permitirá a los buscadores indexar más apropiadamente, etc.
- Títulos de ventanas: El título de la ventana o más apropiadamente del documento (`head->title`) debería estar construido como Título del post – Nombre del Blog. De este modo se informa apropiadamente al usuario del tema y la ubicación de la página, a la vez que resulta mucho más fácil leer el historial del navegador y las pestañas de las ventanas minimizadas, cuando están disponibles. Un ejemplo de buen uso es Señalética en Baños > Mi blog de diseño.

- Enlace a contenido sindicado: Los contenidos sindicados (o feeds) mediante formatos como RSS o Atom son muy utilizados por quienes acostumbran leer blogs. Por lo mismo, es importante ofrecer vínculos claros a este tipo de canales alternativos. Aunque muchas herramientas ofrecen auto descubrimiento de feeds, es importante hacer explícita la existencia de estos formatos y disponer de un modo rápido de suscribirse a ellos.
- Contenido sindicado: demasiados sabores, demasiados dolores de cabeza: Los formatos de contenido sindicado y sus mecanismos de lectura son conocidos por los usuarios frecuentes de blogs, pero no se debe asumir que todos los lectores estarán familiarizados con ellos o su significado. Si a esto agregamos la variedad de alternativas de formatos, tenemos una gran posibilidad de confusión. Es recomendable utilizar herramientas que proveen contenidos optimizados para cada usuario o cliente de modo automático, como por ejemplo Feedburner. Estos servicios permiten entregar un solo formato al usuario final, con una única URL, evitando así traspasar al usuario un problema innecesario...
- Entradas previas y Encontrabilidad: Los blogs son sistemas de publicación basados en fechas y con una actualización frecuente de contenidos, por lo que es común que los posts vayan quedando ocultos en los archivos. Resulta útil, con el objetivo de proporcionarles visibilidad, ofrecer sistemas de navegación alternativos al clásico Archivo: Taxonomía de categorías, esquemas de navegación por paginación cronológica (atrás/adelante), y elementos como los posts más leídos, destacados, etc. Además de estos sistemas, enlazar desde posts actuales aquellos otros posts relacionados temáticamente y publicados con anterioridad proporcionará encontrabilidad a estos últimos.
- Páginas con exceso de información o mal organizadas: Es frecuente el uso de columnas o sidebars de apoyo que contienen información o funcionalidades complementarias, como por ejemplo buscadores, archivos, categorías y otros. También es común la promoción de algunos servicios o campañas. No obstante, el abuso de estos elementos y su disposición indiscriminada puede causar efectos nocivos como lentitud en la carga de las páginas y una gran contaminación visual.

- Vocabulario excluyente o demasiado tecnologizado: No todos entienden lo que es un blog, un blogroll, un permalink, un feed, un post ni por qué existen los comentarios o cómo se comenta. Es importante asumir que los visitantes nunca han visitado un weblog, por lo que es preferible pecar de obvio que dejar a los usuarios sin pistas de lo que se está hablando. Si alguien encuentra accidentalmente.
- Redacción: Es preferible utilizar un lenguaje sencillo, claro y directo. Resume.
- Limpieza y Legibilidad: Es necesario evitar el uso de texto multicolor, el empleo de bajos contrastes entre texto y fondo, tamaños de texto minúsculos, el uso Injustificado de mayúsculas y escritura kool. Todos estos recursos dificultan la lectura y van en desmedro del acceso al contenido.
- Estética: La estética es uno de los factores de diseño que de forma más directa impacta en la percepción de los usuarios. Cuidar la estética, que no significa añadir elementos decorativos superfluos, contribuirá a persuadir y motivar al usuario. Recordemos además que el minimalismo en el diseño es al mismo tiempo un principio heurístico de usabilidad y una noción estética.
- Escribe en tu idioma: Un error de usabilidad bastante común es no usar correctamente el lenguaje. evita los aforismos en la medida de lo posible. Cuando existan términos que reflejen apropiadamente un concepto en castellano, prefiere la opción en castellano. En este documento, hemos optado conscientemente por términos como blog y post porque creemos que las traducciones no son tan apropiadas. Al incluir una cita originalmente en otro idioma, es importante traducirla. Es un esfuerzo que los usuarios agradecerán". (TRABAJO CONJUNTO :GUSTAVO BARRON 2005)

2.4.3 Promocione su Blog en la blogósfera

Por Biz Stone, miembro del grupo de trabajo de Blogger

“Promocionar el blog en la blogósfera no es muy fácil pero puede lograrse se sabe actuar. Después de mucho husmear por la blogósfera, Biz Stone, recopila un grupo de métodos aceptados para aumentar el número de lectores en el blog. Estos procedimientos se dividen en tres categorías básicas que incluyen trucos de configuración, técnicas y marketing real.

Para comprobar la efectividad de los mismos se tuvo en cuenta los resultados obtenidos por muchos usuarios de Blogger¹³ y la comprobación practica de algunos por el propio Biz, constatando un aumento de tráfico.

- Configuración del Ping: Configure su blog de modo que haga un ping a weblogs.com. Weblogs.com es un servicio de notificación de actualizaciones de blog que utilizan muchos usuarios y servicios para controlar los cambios que se producen en los blogs. Si activa este valor, el sitio de gestión del Blog notificará a weblogs.com que ha actualizado su blog. Esto significa que el blog se incluirá en varias listas de "actualizado recientemente" en la web, así como en otros servicios relacionados con blogs.
- Active su Navbar. (Para usuarios de Blogger) Una de las funcionalidades de Navbar es un botón denominado NextBlog, que le permite visitar el siguiente blog con Navbar habilitado. Resulta que esta forma cómoda de hojear blogs es muy atractiva. En consecuencia, el botón NextBlog cobra mucho valor. Biz obtuvo buenos resultados el mismo día.
- Instale Enviar esta entrada por correo electrónico. Si utiliza Enviar esta entrada por correo electrónico en su blog, la gente podrá reenviar sus entradas a sus amigos. Puede que esto no tenga un impacto inmediato en las estadísticas del sitio, pero permite que otras personas hagan publicidad de su blog por usted. No está mal.

¹³ Uno de los sitios de gestión de Blogs más populares y eficientes.

- Habilite las páginas de entrada. Si todavía se limita a archivar sus entradas por día, semana o mes, se ha quedado anticuado. Lo que debe hacer es publicar cada entrada con su propia página web mediante Páginas de entrada. Esto hace que el camino hacia sus entradas sea más sencillo y más atractivo para los motores de búsqueda. Cuantos más vínculos tenga hacia su blog, mayor será el tráfico correspondiente. Se trata de una configuración sencilla de Blogger.
- Habilite el feed de su sitio. Si alguien se suscribe al feed de su sitio en sus lectores de noticias, significa que indudablemente va a leer sus entradas. Los individuos que se suscriben a los feeds de un sitio son el tipo de gente que Malcolm Gladwell denomina "mavens" ("expertos") en su libro, *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. En pocas palabras: estos individuos le ayudarán a obtener más tráfico, de modo que habilite el feed de su sitio.
- Añada su blog a las listas de usuarios de Blogger. Esto puede resultar obvio, pero en algún punto del proceso de creación del blog es probable que la mayoría de gente dude si ya desea hacer público su blog. Y muchos deciden que no. Retroceda y elija Sí. Al añadir su blog en nuestras listas se muestra en Nextblog, Blogs recién actualizados, etc. Es una forma de aprovecharse del tráfico.

❖ **Sugerencias de técnicas para publicar blogs**

El punto básico de esta sección de métodos es "Si lo has creado bien, vendrán". Deberá incorporar los demás aspectos de la autopromoción, pero es cierto que escribir un buen blog facilita mucho el boca a boca y que los usuarios regresen a su blog.

- Cree contenido bien escrito y de calidad: Jen Garrett reivindica que utilice una puntuación adecuada, que vigile el uso de las mayúsculas y que no abuse de los puntos suspensivos. Está obsesionada con la gramática, pero tiene razón. Si su "estilo" es malo, con una gramática pobre, sin signos de puntuación y un diseño horrible puede que a alguno le llame la atención. Pero la idea aquí es conseguir un gran volumen de visitantes, de modo que póngase las pilas, respete a sus lectores y cree un estilo que haga brillar su blog por encima del resto.

- Publique actualizaciones con frecuencia. Cuantas más entradas cree, más tráfico conseguirá. Debe considerarlo como regar una planta: hágalo cada día y la planta crecerá. Esperemos que su blog no sea como la planta de La pequeña tienda de los horrores. Sería un desastre.
- Piense en su público. Una buena forma de construirse un público es cultivándolo. Si tiene en cuenta a su público, escribirá su blog pensando en él. Esto le ayudará a desarrollar una mayor expresividad, lo que juega un papel decisivo en la creación de la imagen que le representa a través de su blog. Una vez más, se trata más bien de una técnica general a largo plazo para la creación de tráfico, por lo que no obtendrá resultados inmediatos. No obstante, si el enfoque de su blog es el correcto, los usuarios regresarán.
- Tenga en cuenta a los motores de búsqueda. Recuerde que a veces su "público" es quienquiera que llegue a su sitio desde una búsqueda web. Las búsquedas son una buena forma de atraer a nuevos usuarios, y puede llevar a cabo algunas acciones para hacer que su blog sea más adecuado para los motores de búsqueda. Utilice títulos de entrada y códigos de título de páginas del blog junto con su archivado de páginas de entrada. Esto asignará a cada página de entrada un nombre inteligente basado en el título de su entrada. Trate de ser descriptivo cuando publique material en el blog. Una buena entrada sobre algo muy específico puede acabar cerca de los primeros resultados de una búsqueda.
- Cree entradas y párrafos cortos. Recuerde la brevedad de la anteriormente mencionada entrada de Kottke. La gente acudirá cada día a leer su nuevo trabajo, pero ahórreles diatribas de miles de palabras. Cree entradas concisas que hagan circular información nueva pertinente por la blogósfera y siga más allá. Cree entradas breves y agradables de modo que el usuario entre, lea y siga adelante. Piense en su blog como en un efecto acumulativo. Esto no significa que no pueda escribir entradas extensas de vez en cuando, se trata simplemente de algo a tener en cuenta.

❖ Elementos de la acción de marketing

El tercer y último grupo de técnicas de promoción son acciones simples que pueden llevarse a cabo para dar a conocer su blog.

- Incluya la URL de su blog en la firma de su correo electrónico. Siempre que veo la URL de un blog en la firma de un mensaje de correo electrónico, hago clic en ella para ver con quien estoy tratando, sobre todo si es alguien a quien no conozco. Los mensajes de correo electrónico se reenvían constantemente, por lo que aunque sólo envíe cinco mensajes al día a sus amigos, el número potencial de usuarios que pueden ver su blog es inmenso. Evidentemente, se trata de algo teórico, pero créame, vale la pena. No puedo proporcionarle instrucciones concretas sobre cómo editar la firma de su cliente de correo electrónico porque no sé cuál utiliza, pero busque un poco. Está en algún lugar de los valores de configuración.
- Envíe su dirección a sitios y directorios de búsqueda de blogs. Hay gente que busca contenidos de blogs en Technorati cada día, ¿está en su lista? Pues debería. Envíe la URL de su blog a Technorati, Daypop, Blogdex, Popdex y a cualquier otro sitio de este tipo con el que se tope. A excepción de Technorati, muchos de estos sitios son proyectos de estudiantes de postgrado o pasatiempos, pero siguen obteniendo usuarios que buscan blogs interesantes para leer, marcar como favorito o volver a visitar. No todos ellos tienen la potencia suficiente para rastrear todos los blogs existentes, por lo que puede ayudarlos a que le echen una mano introduciendo su URL en el campo adecuado.
- Anúnciese. Si la publicidad basada en palabras clave fuera lo bastante asequible, diría... "adelante". Pero por el momento, los servicios gratuitos son una buena opción. BlogSnob es una red gratuita de anunciantes de blogs basados en texto a la que puede unirse inmediatamente. Aloje anuncios, coloque anuncios, todo ayuda al tráfico. Los anuncios de BlogSnob se integran en su sitio y son totalmente personalizables. Los usuarios de Blogger que se unen a la red pueden colocar anuncios gratuitos. Puede que en el futuro los

anunciantes de verdad tengan que anunciarse de forma gratuita para destacar. Ser usuario de Blogger merece la pena.

- Cree vínculos a otros blogs. Es una muy buena manera de obtener tráfico. Esto es lo que sucede cuando crea vínculos a otros usuarios de Blogger: le ve en sus registros de referencia, comprueba su blog, y es muy probable que enlace con su blog o, como mínimo, que se proponga hacerlo.
- Instale un blogroll. Se trata de algo parecido a los vínculos. En realidad, es lo mismo, pero distinto. A la larga, las entradas de un blog desaparecen de la página principal y se archivan. Un blogroll es algo más personal: estos son los usuarios de Blogger que me gustan, o más bien, es el tipo de gente con la que me gustaría que me asociaran. Se trata de un simple pero efectivo esquema de red social y ofrece los mismos resultados, o mejores si cabe, que un simple enlace: ¡tráfico! Así que si todavía no tiene uno, regístrese en blogroll y haga crecer esa lista de vínculos.
- Conviértase en un comentarista activo. Intente dejar comentarios en los blogs que lee cada día. Es algo parecido a los vínculos. Dejar un comentario en la entrada de alguien puede hacerle feliz. La mayoría de sistemas de comentarios también le ofrecen la posibilidad de dejar un vínculo a su blog que solicita, como mínimo, una visita. Así que si se siente inspirado, deje un comentario o dos en sus viajes por los blogs. Es su deber.
- Envíe sus entradas por correo electrónico a otros usuarios de Blogger. Se trata de una técnica delicada y debe abordarse con precaución. El usuario de Blogger Eugene Volokh ha publicado un breve tratado sobre cuál es la mejor forma de enviar entradas por correo electrónico al blog de alguien, y está repleto de sugerencias y consejos fantásticos. Suponiendo que merece la pena repartir su blog (evidentemente así es), estas son algunas sugerencias de Volokh.
 - Promocione la entrada, no el blog.
 - Incluya el texto completo y su URL.
 - Envíe sólo sus mejores entradas.
 - No las envíe sólo a blogs con mucho tráfico.
- Imprima la URL de su blog en tarjetas, adhesivos, etc. Si tiene pensado imprimir algo, incluya su blog. Hoy en día, cada vez hay más tarjetas de visita que incluyen la dirección

de un blog junto al correo electrónico y al número de teléfono. No me sorprendería empezar a ver pegatinas en los coches con direcciones de blogspot de aquí poco. Las autopistas van muy cargadas de tráfico y es muy habitual ver coches con pegatinas anunciando ventas de inmuebles.”

De los artículos analizados referente a consejos para blogueros, este es uno de los más completos pero está redactado especialmente para Blogger.

2.4.4 Técnicas de Posicionamiento Web para Blogs

“A diferencia de un sitio Web convencional, los Blogs o Bitácoras suelen gozar desde hace tiempo, de un especial “mimo” por parte de los principales Buscadores de Internet a la hora de indexar y clasificar su contenido en múltiples búsquedas de Keywords o Palabras Claves basándose en el siguiente esquema: Título del Blog, Información del contenido del Blog, Título del Artículo o Post y Contenido del Artículo o Post.

Si tienes activada la opción de “Blog Público”, “Search Engine Friendly”, “Permitir Indexación en Buscadores” o similares en tu Sistema de Blogs, le estás indicando tanto a tu CMS como a Google y CIA. (Yahoo, Live, ASK...), que deseas que se revise e indexe el contenido de tu Blog. Por tanto, si no la tienes activada (normalmente lo están por defecto), lograrás unos resultados muy pobres y hasta deprimentes, incluso aunque escribas mucho, bien y todos los días...

Para que el paso anterior realmente sea útil, en tu propósito de mejorar tu Ranking o Posicionamiento en Buscadores y, por tanto, la posibilidad de tener mayor y mejor difusión de tu Blog o Bitácora (popularidad en la Blogósfera y más allá); es decir: tener más visitantes y ser fácilmente encontrado cuando alguien busca sobre los temas, noticias o asuntos sobre los cuales tu escribes u opinas; debes tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Debes aprender a escribir tanto para las personas como para los Buscadores (lo cuál, llega a ser un arte y un compromiso al mismo tiempo).

2. El título de la Bitácora así como el del texto o campo de información acerca del Blog son fundamentales, y deben ser cuidadosamente estudiados basándote en donde quieres aparecer mejor posicionado; es decir, en Palabras Claves o Keywords quieres destacar.
3. El título del Artículo o Post, por extensión del punto anterior, debe, también, ser cuidadosamente estudiado para lograr la mayor cobertura posible del tipo de información, análisis, comentarios u opiniones que estén dentro del Post.
4. Debido a que los Buscadores son, realmente, redes de ordenadores gobernados por programas informáticos (software), diseñados específicamente para Buscar, Analizar, Comparar, Valorar y Catalogar los textos que están grabados en los diferentes documentos alojados en un directorio determinado de un servidor determinado, sólo son capaces de “leer” o “visualizar” letras que agrupan en palabras o Unidades Básicas de Información (UBIs), (que no en frases como hacemos los humanos), es importante escribir bien (con una adecuada ortografía y utilizando el lenguaje más apropiado para el tema, objetivo o público al que irá destinado, al menos en teoría, el contenido de tus Artículos o Posts.
5. Un punto clave son los Enlaces Salientes (Outbond Links), de tu Artículo. Es importante que introduzcas siempre que puedas, Enlaces de marcas, Blogs, sitios Web, libros, etc., sobre los que hablas o en los que te has basado para opinar, comentar o escribir en tu Artículo. (*Técnicas de Posicionamiento web para los Blogs 2006*)

Es el único conjunto de técnicas de posicionamiento para blogs que se encontró durante la investigación. Las acciones propuestas facilitan, en cierta medida un buen posicionamiento en los buscadores pero no presta mucha atención a características de los Blogs que pueden influir en la visibilidad en la Blogósfera. Este último punto es necesario tenerlo en cuenta pues aunque la mayoría de los internautas realizan sus búsquedas por los buscadores, los blogueros se informan directamente a través de la red de Weblogs.

2.4.5 Optimizar Wordpress para más tráfico (optimizar blogs en Wordpress)

“Wordpress es una plataforma de blogueo fantástica. Afortunadamente es súper fácil para optimizar. Ha continuación se presenta un pequeño tutorial sobre como usted puede coger un Blog de Wordpress estándar y optimizarlo para obtener un mayor tráfico desde los motores de búsqueda.

1. Título de las páginas.: Uno de los aspectos más importantes, sino es el más importante es optimizar los títulos de tus páginas. Los motores de búsqueda necesitan saber sobre que es tu post o entrada. Que todas las páginas, tengan su propio título, no el título del blog, sino relacionados con el título del post, y además atemporales, en vez de “La nueva web de Galder”, pues “Analizando la nueva web de Galder”, o algo así.

2. Palabras clave en el contenido: Poner palabras claves en el título de la entrada es importante, pero también lo es utilizarlas a lo largo de toda la entrada. Concéntrate en el primer párrafo y luego utiliza variaciones a lo largo del contenido. No sólo es importante ponerlas en el título, sino concentrar en el primer párrafo el término elegido como principal, y en el resto usar variaciones.

3. Estructura de permalinks (links permanentes): Mi consejo es que configures tu blog en un directorio raíz, pues a las arañas les es difícil localizar en los varios directorios profundos. Gran cantidad de bloggers cambiarán su estructura por fecha de los vínculos permanentes, me gustaría mucho aconsejarles que cambien los vínculos por otros más simples vínculos

Por ejemplo, en vez de: <http://www.galder.net/2006/07/11/desde-el-movil-a-tu-buzon-fisico-de-casa/>

Poner: <http://www.myblog.com/category/postname.php>

Para cambiar la estructura del vínculo debe autenticarse para entrar su panel de control de wordpress, luego ir a Opciones > Permalinks (vínculo permanente). Para crear una estructura como <http://www.myblog.com/category/postname.php>.

Necesita entrar el siguiente código: `/%category%//%postname%/`

4. Etiquetas de cabecera, o header tags: Utilizar para escribir en tu post, etiquetas como `< h1 >` para resaltar los principales encabezamientos, incluyendo dentro los términos más importantes , luego crear subtítulos de segundo nivel y de tercero respectivamente, utilicen las mismas palabras como se usaron en el título pero variando a `< h2 > / < h3` para optimizar el efecto.

5. Entradas relacionadas. Cuando una persona visita su blog usted desea retenerlos tanto como pueda. Una de las mejores formas de mantener los visitantes interesados es mostrándoles otro contenido en tu blog que pudiera estar relacionado con el tema que ellos están leyendo en ese momento. El camino más fácil de hacer eso es con 'Related Posts' plugin (el plugin de entradas relacionadas.) Súbalo usando su cliente FTP dentro de el `wp-content > plugins` folder, luego entre a su panel de administración de Wordpress y active el plugin desde 'Plugins' page (la página de plugin)

6. Usar sitemaps. Para obtener más tráfico de motores de búsqueda como Google es lo mejor tener tantas páginas indexadas como sea posible. Hazlo más fácil instalando el Google Sitemaps plugin. (Plugin sitemaps de google). Súbalo en el `wp-content > plugins` por vía FTP y luego actívelo desde la página de Plugins. Esto creara un documento XML que el Googlebot¹⁴ puede indexar y entonces ahí encontrar todo el contenido. Usted necesita una cuenta Sitemaps

7. Mantener tu blog actualizado: Los buscadores se fijan más en blogs que son actualizados habitualmente, y los visitan antes. Recomienda tener artículos atemporales preparados de antes para épocas de mucho trabajo, vacaciones, usando **Post Timestamp**, que es una opción que permite elegir cuándo se publica un artículo.

8. Contenidos en tu WordPress únicos.: Copiar de otros sitios, sin citar esta feo, pero además puede ser penalizado por Google, MSN, etc.... por tratarse de contenido duplicado.

¹⁴ Motor de búsqueda de google

9. Conseguir enlaces: Una forma directa (visitas de gente) e indirecta (subir en los buscadores), es que la gente coloque en su web, posts, etc.... un enlace a tu página, idealmente porque les gustas lo que escribes, pero como esto no es Bamby, saludos Aitor, mandando tu web a directorios de blogs.

10. Ser sociable: Tome ventaja en sitios sociales como Digg, Del.icio.us, Bebo y Myspace. Una de las mejores formas de tener tu contenido expuesto es instalando el 'Sociable' plugin. Todo lo que necesitas es seguir los mismos pasos que en la instalación de otros plugins. Ahora cada entrada tendrá un nuevo vinculo que proponer a uno o varios sitios sociales .(Traducido).(10 Ways To Optimize Wordpress For More Traffic 2007)

Esta última estrategia mencionada a pesar de estar descrita exclusivamente para el servidor WordPress contiene una serie de aspectos fundamentales. El punto 7, uso de Sitemaps solo puede ser utilizado por blogs que utilizan sistemas de gestión de contenidos semejante a la de Wordpress.

2.5 Conclusiones del capítulo

El estudio de las estrategias de posicionamiento en los buscadores permitió identificar un grupo de aspectos comunes como son la determinación del título adecuado, la utilización de palabras claves y de etiquetas (tags) y la búsqueda de enlaces. Además el estudio de las estrategias de posicionamiento en buscadores y por otro de los consejos y trucos de promoción, sirvió como punto de partida para la determinación de la estrategia a proponer, la cual debe unificar aspectos de ambas secciones el posicionamiento en la blogósfera, o sea la captación de visitantes mediante todo el entorno de los Blogs y el posicionamiento en los motores de búsqueda.

Capítulo 3

Propuesta de Estrategia.

3.1 Introducción

Tomando como punto de partida las estrategias y consejos analizados en el capítulo 2 y la experiencia de la autora y otros bloggers en el estudio de esta herramienta, en este capítulo se realizará la descripción de la estrategia propuesta para lograr un buen posicionamiento de los weblogs cubanos.

3.2 Definición de la estrategia

Diariamente el número de Blogs aumenta considerablemente. Existe demasiada información en la Red y se hace muy difícil lograr aparecer en la primera página de los buscadores, por lo que es necesario: no solo publicar información, sino llevar a cabo acciones que facilitan la visibilidad en la Blogósfera, y que garantice también, en buena medida, un posicionamiento adecuado en los buscadores tradicionales.

Esta estrategia tiene como objetivos:

- Describir un conjunto de acciones a llevar a cabo para crear Blogs que se encuentren en las primeras posiciones de los buscadores
- Lograr que los Weblogs cubanos sean más visitados
- Describir las características principales de algunos de los servidores donde alojar los Blogs.
- Describir las características y políticas de los buscadores y directorios más populares.

Para alcanzar los objetivos propuestos se determinaron un conjunto de acciones a desarrollar. Es importante aclarar que sólo las 3 primeras deben ser ejecutadas en el orden que aparecen, aunque de contar con un blog ya creado se puede implementar el segundo aspecto y luego modificar el dominio y la url, si el servidor lo permite .

A partir de la acción representada como número 4 no es necesario seguir un orden específico

Las acciones a seguir son las siguientes:

1. Estudiar los principales servidores de Blog para escoger el más adecuado.
2. Estudiar la competencia y definir las palabras claves que mejor representen al Blog.
3. Definir el dominio y el título cuidadosamente.
4. Crear y mantener una página que cumpla con las 4 A: Ágil, Amena, Atractiva y Actualizada.
5. Hacer una eficiente utilización de las etiquetas.
6. Darse alta en los principales directorios.
7. Intercambiar enlaces con otros blogueros y unirse a grupos o comunidades vinculadas con su temática.
8. Explotar al máximo las facilidades tecnológicas de los weblogs (ping, sindicación).
9. Promocionar el blog.
10. Darle confianza y atención a sus lectores.

3.3 Descripción de cada una de las acciones a seguir**3.3.1 Estudio de los principales hosting de Blog para tomar la decisión acertada.**

Para crear un blog hacen falta dos componentes: un software de gestión de contenido y un servidor conectado a Internet donde instalarlo.

Los sistemas de blogs clásicos facilitan la tarea proporcionando ambas cosas en el mismo sitio, gratuitamente, lo cual ha facilitado la extensión del fenómeno. Utilizando estos servidores, como comúnmente se les llama estos sistemas de gestión de blogs, la creación del blog implica 3 simples pasos: Crearse la cuenta, darle nombre y dominio al blog y seleccionar la plantilla a utilizar.

Existen también software que deben ser instalados y requieren conocimientos de PHP y MySQL como Movable Type y WordPress, entre otros, muchos de ellos pagos y que además requieren de un servidor para publicar.

La propuesta de la autora es utilizar uno de estos sitios que gratuitamente funcionan como sistema de administración de contenido y servidor. Estos servidores generalmente brindan algunos servicios de promoción como la inscripción automática en varios buscadores y directorios. Además no son necesarios conocimientos informáticos para publicar los contenidos deseados y personalizar el Blog, pues brindan facilidades para visualmente hacer cambios en el formato y hacer uso de algunas facilidades informáticas, como el uso de tags, o palabras claves, tagboards, creación de enlaces, sin necesidad de tirar líneas de código.

También es importante tener en cuenta el aspecto económico pues aunque hay algunos sitios de este tipo que son pagos, la mayoría son gratuitos y no precisan que el bloguero tenga un dominio propia. sino que el servidor te provee uno y este es un aspecto fundamental en Cuba.

Lo más difícil del tema es escoger cuál de estos sitios es el mejor, pues son muchos y muy variados, cada uno con sus ventajas y desventajas. En realidad no existe el sistema perfecto, sino el más adecuado para cada tipo de usuario

Si el bloguero posee conocimientos informáticos es recomendable que utilice servidores que le permitan modificar el código XHTML y CSS, de lo contrario analizar los que más facilidades brinde visualmente.

También se debe tener en cuenta cuando se vaya a determinar el servidor si permite la utilización de las tecnologías ligadas a los blogs como los ping, los trackback y muy importante los RSS o ATOM.

Como parte de la investigación se estudiaron y probaron varios de estos servidores y se identificaron como los más adecuados para los blogs cubanos los que proponemos a continuación.

Blogger:

Es de los más populares, pertenece a google, lo que facilita la indexación del blog al notorio motor de búsqueda.

Entre sus ventajas se destacan:

- Fácil de usar: brinda varias opciones para personalizar la página, declarar palabras claves, subir imágenes, insertar enlaces y otras opciones sin entrar al código de la página.
- Al pertenecer a Google, facilita el indexamiento en dicho motor de búsqueda.
- Brinda acceso completo a la plantilla del Blog, lo que facilita la personalización de la misma si el administrador posee algún conocimiento del lenguaje (XHTML).
- Permite la actualización del blog mediante el correo de Gmail.
- Guarda automáticamente el artículo mientras se está redactando por si ocurre algún problema
- Permite la administración en grupo del Blog, o sea que tenga más de un administrador
- Permite la sindicación por RSS y ATOM aunque no se visualiza la dirección es necesario inscribirse en lectores de feed como por ejemplo [Feedsources](#), que al pasarle la URL del blog obtiene la dirección de sindicación (ya sea RSS, ATOM u otra), te las muestra y solicita cual prefieres, si tiene 2 como es el caso de blogger (RSS y ATOM) y asigna una dirección que es independiente del tipo de lector de feed.
- Permite la moderación de comentarios, lo cual puede ser beneficioso para evitar el SPAM.

Blogia

Es uno de los mayores sistemas de administración de contenidos en habla hispana, de los más populares y mejor posicionados.

Ventajas de Blogia:

- Facilidades para la personalización de la página: además de brindar las opciones mencionadas en este aspecto en Blogger, permite cambiar los colores y fuentes de texto de la plantilla, así como el banner y el formato de la página. Para hacer todos estos cambios no es necesario entrar al código XHTML ni el CSS, sino que los cambios se hacen visualmente.
- Al igual que blogger guarda los artículos automáticamente y permite la asignación de permisos.
- Permite la sindicación por RSS y visualiza la dirección en la propia página, facilitándole al lector la opción de añadir dicha dirección a su lector de feed.

- Cuenta con control antispam
- Permite la moderación de comentarios, (lo que es recomendable solo para evitar el Spam) y la inclusión de avatares en los mismos.
- Brinda el servicio de ping a importantes directorios de blogs, predeterminados, y esto constituye, unido a las facilidades de personalización visual, una de sus principales ventajas, pues avisa automáticamente a los mismos cuando se realiza una actualización.

Bitácoras.com

Es otro de los servidores de blogs más populares, aloja más de 250 000 blogs hispanos gratuitamente, aunque tiene un plus que se paga. Además cuenta con uno de los directorios de blogs más usado, con ranking TOP 500. Proporciona también un gran centro on-line de recursos, tutoriales, plantillas, salón de Chat, foros de debate, listas de correo, espacios de información y opinión, etc. y promoción de las bitácoras.

Principales características:

- Subdominio propio tipo direccion.bitacoras.com
- Panel de control 100% en español (no traducido)
- Soporte para múltiples autores, establecimiento de permisos.
- Gran cantidad de plantillas exclusivas y personalizables
- Soporte para fotologs¹⁵
- Protección antiSPAM
- Organización por categorías y búsqueda de archivos
- Acceso a FTP desde Panel de control
- Posibilidad de programar anotaciones futuras: es de gran utilidad pues permite que el blog se mantenga actualizado aun cuando tengas previsto no poderlo administrar en unos días , en cuyo caso solo debe subir las noticias a publicar cada uno de esos días
- Envío/recepción de trackbacks (moderables)
- Gestor de enlaces, acrónimos y emoticonos

¹⁵ Blog basado en imágenes.

- Posibilidad de postear desde e-mail y el teléfono móvil
- Foros de soporte
- Chat de usuarios
- Los contenidos de Bitacoras.com pueden ser consultados a través de cualquiera de los principales lectores de feeds disponibles en la Red.
- Servicio de pings: proporciona información útil como la temática de cada weblog con un formato horario que evita las confusiones derivadas de las distintas franjas horarias según localización geográfica; el tiempo transcurrido desde el que un blog realizó su última actualización aparece expresado en minutos. *(Características del servicio de alojamiento)*

Otras ventajas

- Directorio crítico: Partiendo de los "tradicionales" directorios o índices de páginas, el directorio de Bitacoras.com permite a los usuarios contribuir activamente con las descripciones de las bitácoras que visitan a menudo. Periódicamente estas aportaciones son repasadas y, si procede, pasan a formar parte de la descripción original proporcionada por el autor de la bitácora, enriqueciéndola y facilitando a los lectores una aproximación real al contenido de cada sitio.
- Top500: El ranking Top500 trata de medir la popularidad de las bitácoras registradas en el directorio de Bitacoras.com mediante un script que recorre la totalidad de weblogs listados y extrae enlaces significativos.
- Noticias: Desde su nacimiento, Bitacoras.com viene ofreciendo una selección diaria de las principales novedades en torno al mundo de los weblogs, principalmente en español. Adicionalmente, ofrecemos la posibilidad de integrar en otros sitios ventana con las principales novedades de la Orbitácora de forma limpia y sin necesidad de cargar la página de Bitacoras.com.
- Recursos: Una colección de reseñas a cargo de los propios usuarios sobre las aquellas herramientas que nos ayudan a sacar el máximo partido de nuestro weblog y a simplificar su administración; desde sistemas de gestión de contenidos, comentarios o estadísticas, hasta herramientas imprescindibles como lectores de feeds o directorios.

- Tutoriales: Selección de manuales de uso de las principales herramientas para bitácoras, con especial énfasis en la instalación y configuración de CMS's y en los tutoriales que simplifican considerablemente la implementación de nuevas características en nuestro weblog.
- Plantillas: Sin duda, las plantillas, diseños o templates son un recurso de tanta utilidad que sorprende que no existiese con anterioridad en español un sitio que las recopilase. Facilitadas por experimentados webloggers, nos ayudarán a cambiar/mejorar el aspecto y la usabilidad de nuestro sitio. Un espacio abierto a todos que también ofrece la posibilidad de mostrar al mundo y compartir con otros nuestros propios diseños.
- Chat-IRC: El primer Chat global para webloggers hispanos. Aunque existían precedentes en otros sites o comunidades (Blogalia.com y Blog.com.mx entre otros), aún la blogósfera hispana no contaba con un lugar de reunión para todos sus integrantes. El Chat de Bitacoras.com se utiliza el servicio de IRC-Hispano.org, la mayor red de IRC (Internet Relay Chat) de habla hispana del mundo, con más de 750.000 usuarios conectados a diario. Accesible desde cualquier programa cliente de IRC.
- Foros de debate: Un lugar para aprender, enseñar, compartir y opinar sobre recursos, técnica, novedades, iniciativas, convocatorias, encuentros...
- Listas de correo: Otra opción para estar al día en todo lo concerniente al fenómeno Blog, sus novedades y repercusiones. Posibilidad de proponer nuevas listas de distribución o correo sobre gran cantidad de temas, todos relacionados con las bitácoras.
- Espacios temáticos: Los espacios temáticos en Bitacoras.com tienen especial importancia; pretenden acercar el mundo de los weblogs y fomentar la participación de los actores. Secciones estelares a cargo de webloggers con experiencia en los medios y grandes cosas que aportar.

Miarroba.com

Características del servicio

- Alojamiento del blog en servidor propio de miarroba.com del tipo nombre.blogcindario.com.
- Número de artículos casi ilimitado. (se soportan hasta 50.000 artículos en un solo blog).
- Múltiples colaboradores, no solo el creador del blog podrá insertar artículos, sino que podrás definir hasta un máximo de 30 colaboradores que te ayudarán en la tarea de escribir en tu blog, los cuales puedes convertir en administradores
- Organiza los artículos por categorías, pudiendo crear hasta un máximo de 50 categorías diferentes.
- Sistema avanzando de plantillas, que permite personalizar absolutamente todos los aspectos del blog, traducirlo a diferentes idiomas, crear plantillas públicas para que los demás usuarios puedan usarlas directamente, plantillas favoritas, etc.
- Editor de hoja de estilo CSS, como parte de la plantilla personalizada o por separado.
- Posibilidad de usar nuestro generador de plantillas si no tienes conocimientos de HTML. Personaliza todos los rasgos de tu plantilla, colores, tipos de letra, efectos, fondos, orden de los bloques, ancho de la página, número de columnas, etc., etc. Todo de una forma sencilla y rápida.
- Más de 20 Plantillas personalizadas adaptadas por miarroba.com para usar en tu blog
- Sindicación del blog en XML. Formatos: RSS 0.91, RSS 1.0, RSS 2.0 y ATOM
- Personalización individual de cada artículo: comentarios, caretos, notificación de nuevos comentarios, etc.
- Previsualización del artículo (preview) con el diseño del blog antes de su publicación para comprobar como quedará publicado.
- Baneo de usuarios por IP en comentarios. Evita comentarios no deseados de usuarios malintencionados.
- Potente filtro ANTISPAM para evitar la creación de blogs, artículos o comentarios automáticos.
- Bloque de enlaces para añadir links a otros sitios web, pudiendo definir hasta 50 enlaces, con contador de visitas de cada enlace y posibilidad de ordenar los enlaces.

- Buscador de artículos, por título o contenido. Este buscador es parte del portal www.blogcindario.com.
- Posibilidad de usar alojamiento externo por FTP, de esta forma podemos alojar nuestro blog en cualquier sitio web que disponga de acceso FTP.
- Posibilidad de usar cualquier dominio de tu propiedad pero alojado en los servidores de miarroba.com, pudiendo tener tu blog sin problemas en www.midominio.com.
- Pingeo automático de tu blogs en los principales directorios de blogs españoles y extranjeros.
- Google sitemaps soportado para una mejor indexación del blog en el buscador de Internet Google™.
- Su blog pasará a formar parte del directorio buscador de blogs blogcindario.com.
- Espacio WEB personal de 10MB para alojamiento de logos, fondos, fotos para su uso en el blog.
- Posibilidad de insertar directamente en la plantilla tagboards, votaciones, contadores de visitas y usuarios online de miarroba.com sin necesidad de modificar la plantilla.
- Personalización del banner de publicidad, podemos cambiar el tamaño y los colores del banner de publicidad para intentar adaptarlo al diseño de nuestro blog (*Publicación de Blogs en Miarroba*)

Wordpress

Es uno de los servidores que más auge ha tomado en los últimos meses debido a la cantidad de funcionalidades que ofrece y los plugin que han sido creados para aumentar las potencialidades.

Entre las principales ventajas podemos destacar:

- Servicio rápido y seguro: a diferencia de la mayoría de los sitios de ofrecen el servicio de alojamiento, wordpress cuenta con docenas de servidores en 2 centros de Dato, con copia de todos los datos y archivos subidos en ambos centros. Esto garantiza rapidez y además seguridad al blog, pues aunque alguno de los centros de datos tiene problemas aun queda el otro.

- Personalización fácil: Permite reconfigurar las plantillas y personalizar la barra de edición, varias plantillas permiten, incluso, cambiar el banner por imágenes que el autor desee subir.
- Permite realizar cambios en el código del CSS de la plantilla
- Facilita la categorización e inclusión de tags en los post: las entradas son caracterizadas de acuerdo al tema y tendrán asignadas las palabras claves que el autor desee, sin necesidad de entrar a código.
- Brinda varias opciones en la edición de artículos: El editor de texto cuenta con iconos que facilitan la creación de artículos con buena presencia como por ejemplo, corrección ortográfica, inserción de imágenes, inclusión de videos alojados en Youtube o google. Además cada minuto se guarda el post en edición para evitar que se pierda la información escrita en caso de presentar problemas con la computadora o con la red.
- Privacidad en el Blog: wordpress permite tener un blog publico completamente con facilidades de indexación por los buscadores, publico pero sin localizado por buscadores o listas publicas, o privado donde solo los miembros tengan acceso. También establece opciones de contraseña para post, en caso de que un autor de un blog público desee que alguna entrada en específico sea privada.
- Sistema de estadísticas integrado: te ofrece estadísticas actualizadas de la cantidad de personas que han visitado el Blog, de donde vienen, cual es el artículo más popular y que palabras claves han utilizado para acceder al blog desde los motores de búsqueda.
- Sistema de protección al Spam: bloquea los comentarios y trackbacks Spam,
- Permite importar blogs alojados en blogger, TypePad, LiveJournal y otros.
- Permite exportar el blog: wordpress provee al autor que desee migrar hacia otro servidor o un software propio un documento XML con todos los artículos y comentarios.
- Servicios de ayuda y soporte: cada blog tiene un vínculo directo al foro donde obtener respuestas a los problemas o dudas, además también brindan acceso a las preguntas y respuestas más frecuentes y los usuarios tienen la posibilidad de contactar a los administradores del servicio para recibir consultas.
- Administración de las páginas, se pueden crear diferentes páginas e incluir enlaces a las mismas en el menú. De la página principal

- Servicios de Feed y estadísticas de los mismos: Al igual que la mayoría de los servidores de blogs wordpress permite la sindicación por RSS, pero a diferencia de la mayoría de ellos ofrece también un servicio de estadísticas de cuantas personas están suscritas a dicho feed. Esta es una de sus principales ventajas pues fuera de wordpress y feedburner, un sitio solo para este servicio, permiten controlar dichos datos.
- Programación para entradas futuras: una de las características que hace destacar a wordpress es que permite programar entradas para ser publicadas en determinada fecha. (*Wordpress Features 2007*)

Nireblog

Es un servidor de blog bastante usado, además de por las ventajas que tiene por la diversidad de idiomas en los cuales puede ser visto, más de 20.

Entre las principales funcionalidades podemos destacar:

- Fácil personalización: al igual que blogia, nireblog brinda varias opciones para modificar el diseño sin modificar el código de la plantilla, el cual no puede ser modificado, pues Nireblog no da acceso completo al HTML de la plantilla, aunque si permite insertar nuevo código html y javascript.
- Permite establecer palabras claves o tags para cada nuevo articulo, las cuales guarda para que puedan ser utilizadas en posteriores entradas.
- Permite el moblogging¹⁶
- Permite la importación del blog desde otro servidor como wordpress, blogia, blogger.
- Al igual que los anteriores permite asignar permisos de administración y servicios con dominio propio
- Cuenta con un editor visual para las entradas que facilita la subida de imágenes y la creación de enlaces e inclusión en el articulo de videos cargados en Youtube¹⁷

¹⁶ Enviar entradas por correo electrónico

¹⁷ Uno de los servidores de video gratuito más popular

- Ofrece el servicio de ping a todos los directorios que se desee con solo ingresar la dirección de ping de la página a la cual se debe avisar de la actualización. Esta constituye la mayor ventaja pues es fundamental para el posicionamiento.

3.3.2 Estudiar la competencia y definir las palabras claves que mejor representen al Blog

El análisis de palabras clave constituye un paso previo esencial en el posicionamiento en buscadores de una página web. De poco sirve todo el trabajo técnico de posicionamiento si no se enfoca a palabras adecuadas y relevantes a nuestra página web. Estas palabras clave, cuando están adecuadamente seleccionadas, serán las mismas que teclean los internautas cuando usan los buscadores para encontrar información semejante a la que se publica en el blog.

Por ejemplo, si es considerada Cuba la palabra clave, una búsqueda en Google produce millones de páginas que compiten para conseguir un ranking alto para esta palabra. Como muestran muchos estudios, pocos consumidores llegarán más lejos que las primeras páginas de los resultados de una búsqueda, y por lo tanto, empleando esta palabra clave, solo unas 20 páginas van a conseguir visitas. Los demás no serán vistas. Sin embargo si específicas Revolución cubana o educación cubana, por ejemplo el número de competidores disminuirá.

Además, los usuarios de buscadores han aprendido rápidamente cómo hacer una búsqueda más refinada para conseguir lo deseado y muy pocos ya buscan con una palabra suelta, optando por frases más largas que obtienen resultados más enfocados. La lección entonces para el que quiere posicionar una página web es, en una palabra, precisión.

Truco adicional - Analizando las estadísticas de la página web, se puede encontrar muchas palabras y frases clave que no imaginabas

Para la elección de las palabras claves proponemos los siguientes pasos:

1. La búsqueda de palabras provisionales:

Debemos anotar todas las palabras clave que nos vengan a la cabeza con las cuales información relacionada con la que publicaremos en el blog.

2. El análisis de la totalidad de esas palabras clave:

Obtenido un grupo amplio de palabras clave candidatas, procederemos a determinar el valor de cada una de ellas para luego elegir las mejores. Es muy importante ponderar cada palabra clave porque en la práctica nos daremos cuenta de que no podemos posicionar todas las palabras clave, o bien tenemos que darle preferencia a unos conceptos claves sobre otros. Las magnitudes que miden la calidad de una palabra clave son varias. Entre las principales tenemos: *La popularidad de uso de la palabra clave, la competencia existente por esa palabra clave, la relación palabra clave vs. Objetivo del Blog*. Para medir más fácil estos indicadores podemos usar algunas herramientas existentes en Internet como por ejemplo: Keyword Tool, de Google (es la más popular).

Otro de los indicadores de efectividad de la palabra más importantes es el

KEI -- ("Keyword Effectiveness Index" que en español traduce "Índice de la efectividad de una palabra clave") Es la medida que nos dice que tan efectiva puede ser una palabra clave para el posicionamiento de una página web. La fórmula KEI fue inventada por Sumantra Roy y en la actualidad es utilizada por la herramienta Wordtracker para mostrar el potencial de éxito que se puede alcanzar con la optimización de cualquier palabra en su base de datos. El KEI compara el número de veces que una palabra clave fue buscada con el número de páginas que compiten por un posicionamiento en los buscadores para esa palabra. El propósito del KEI es ayudar a encontrar palabras claves populares (buscadas con mucha frecuencia) que no tengan casi competencia. Entre más alto es el KEI para una palabra, más fácil es conseguir un alta en los buscadores para ese término y más rentable será nuestro esfuerzo de optimización. (*Glosario de Palabras de Optimización de páginas web*)

3. La elección del grupo más adecuado de palabras clave:

Ordenar las palabras de mayor a menor relevancia para elegir el grupo adecuado para el posicionamiento. Formar frases claves de 2 a 5 palabras. Tener en cuenta que si en el blog se tratarán temas variados el abanico de palabras debe ser más grande.

Nota: Entre las palabras más buscadas relacionados con Cuba son Cuba, Fidel, Castro, viajes, cubanos, cubanas y otras palabras vinculadas al turismo como viajes y hoteles.

3.3.3 Definir el dominio y el título cuidadosamente

El dominio y el título son las 2 primeras partes de una página, que analiza el buscador. La presencia de las palabras claves adecuadas en estos 2 aspectos aun cuando no garantizan completamente un buen posicionamiento, ofrece grandes posibilidades de llegar a alcanzar un lugar privilegiado, siempre y cuando los demás los aspectos también estén bastante compensados.

➤ **Definición del dominio:**

La mayoría de los servidores de Blog ofrecen un dominio propio pero con terminación de acuerdo con el dominio del servidor, Ej.: realidadcubana.nireblog.com.

Determinar la primera parte de dicha url es fundamental pues además de lo explicado anteriormente sobre la importancia que le conceden la mayoría de los buscadores, es necesario tener en cuenta que esta es la dirección por la que pueden acceder usuarios, sobre todo los usuarios fijos. Por esta razón el nombre del dominio debe tener pocos caracteres para que pueda ser recordado con facilidad y lo más importante, que contenga las palabras claves óptimas.

➤ **Definición de un título adecuado**

El título es la frase con la cual se describe en pocas palabras, entre 5 y 8, de lo que trata el blog. Es el factor más importante para posicionar una página en los buscadores y por tanto debe tener como objetivo, alcanzar buen ranking para dos o tres palabras claves como máximo. Este será mostrado por los buscadores en sus páginas de resultados, por lo que también debe tener como objetivo atraer al usuario.

El blog además de su titulo debe optimizar el título de cada una de las páginas de sus artículos, que sería el titulo del articulo, en caso de que este habilitada la opción de página nueva para cada articulo, que es recomendable. Mientras más títulos optimizados tengan el blog mayores serán las posibilidades de lograr un buen posicionamiento.

Un título redactado pensando en el posicionamiento en buscadores debe contener la frase clave adecuada. (Ver epígrafe anterior)

“A forma de resumen a continuación se muestran un conjunto de reglas para el uso de palabras clave en los títulos para lograr un óptimo posicionamiento en buscadores:

1. **Palabra clave al principio del título:** Mientras más a la izquierda esté nuestra palabra clave en el título, mejor. Los buscadores le dan más importancia a las primeras palabras del título.
2. **Óptima Densidad de Palabra Clave:** Se recomienda para algunos buscadores repetir la palabra clave más de una vez en toda la frase, pero guardando ciertos límites máximos. Los buscadores no ven con buenos ojos palabras clave repetidas en más de un 50% sobre el total de las palabras del título
3. **¿Cuánto debe medir un buen título?:** Un título no puede ser mayor de 120 caracteres pero se recomienda no pasarse de 95, ya que a partir del carácter 96 el texto no es visible en la barra azul superior del navegador y es texto que, a pesar de que el buscador lo registra, los visitantes de la página no lo ven o, peor aún, pueden ver una palabra cortada al final y, en consecuencia, puede dar una mala sensación.
4. **Redacción de varias palabras clave en un título:** Como ya se dijo, lo mejor es posicionar una palabra clave por cada página web. En ocasiones se puede posicionar 2 palabras clave en una sola frase cuando una de las palabras clave no es muy difícil de posicionar, ya que no existe mucha competencia en su sector.
5. **Binomio Título y Contenido:** Toda palabra clave utilizada en el título debe estar contenida en el texto de los artículos y de ser posible en los títulos de los mismos. De nada sirve utilizar una determinada clave si luego no aparece repetida más de una vez en el blog. Por esa razón es necesario en primer lugar ubicar donde colocar las palabras clave para asegurar la concordancia entre título y contenido.
6. **No descuidar la Usabilidad en los títulos:** Anteriormente se ha hablado de reglas que obligan a no pasarse de un máximo, de repetir con cierta frecuencia las palabras clave, de ponerlas a la izquierda, etc. Todas estas normas pueden llevar fácilmente a redactar un titular muy eficaz para el posicionamiento en buscadores pero muy desastroso para la usabilidad web. No se debe olvidar que la mayoría de los buscadores listan el título de las páginas como titular en la página de resultados de búsqueda. Es posible que alguien que se encuentra 1 o 2 posiciones más abajo que su página sea más atractivo para pinchar en su enlace porque la

redacción de su titular es más atractivo que su título. Por esa razón debe cuidar muy bien la redacción del titular y ofrecer una excelente imagen desde la vitrina del centro comercial.(ROSENDE)

Para los weblogs cubanos se recomienda utilizar la palabra Cuba o cubana(o) unida al tema específico a tratar, el cual debe ser una palabra que se repita en el contenido del Blog y cumpla con lo explicado en el epígrafe anterior Ej. : conoce a Cuba , Revolución cubana o noticias de Cuba.

3.3.4 Crear y Mantener una página que cumpla con las 4A

Para que una página web sea exitosa debe cumplir con las 4 A: ágil. Amena, atractiva y actualizada. (FAJARDO 2000)

- ❖ Ágil: nadie gusta de los sitios con cargas de imágenes y animaciones que requieren mucho tiempo para ejecutarse, sino que si a los pocos segundos la página no ha cargado simplemente se retiran a otra. Los buscadores especialmente rechazan este tipo de páginas y no las indexan muy fácilmente. Los blogs debido a su estructura simple y generalmente, su poca carga de códigos javascript e informaciones provenientes de grandes bases de datos, se destacan por ser muy ágiles, pero aun así es necesario cuidarse de la publicidad que algunos directorios en los cuales ha sido inscrito el Blog insertan en el mismo pues esto puede provocar lentitud.
- ❖ Amena que guste a los visitantes, es importante no solo lograr estar bien posicionado y que los usuarios encuentren la página, sino también que se animen a volver a visitarla. Los artículos publicados deben ser interesantes, escritos en un lenguaje sencillo, con palabras comunes, como si estuviera conversando con un amigo, pero a la vez con respeto, sin caer en lo vulgar; no una artículo periodístico, pero si un comentario bien redactado, agradable al lector. Además es recomendable mostrar entradas cortas, que le permitan al lector entender lo que le quieres transmitir sin necesidad de perder tiempo en grandes textos
- ❖ Atractiva: la primera impresión siempre es importante, incluir imágenes que acompañen los textos y los hagan menos tediosos, al igual que insertar algunos códigos javascript que hagan el Blog más llamativo y agradable a la vista puede ayudar mucho en la opinión que se lleve el visitante, siempre teniendo presente que estos no deben afectar la agilidad de la página.

Es recomendable también incluir secciones que atraigan al visitante como por ejemplo tagboards, votaciones, encuestas, etc.(Anexo 6) Además presentar, cada cierto tiempo, videos que reflejen visualmente la idea que se desea transmitir, unido al comentario propio del autor, excita a muchos lectores y los anima a dejar sus opiniones; la mayoría prefiere ver o escuchar a leer.

Otro aspecto importante para lograr que un Blog sea atractivo es su organización, una página con mucha información sin un formato bien definido es poco atractiva. En los Blogs el número de enlaces puede ser extenso por lo que se recomienda organizarlos por categorías. El archivo de artículos por meses también puede resultar poco representativo, sin embargo si se agrupa por temáticas puede resultar más cómodo para los visitantes.

- ❖ Actualizada: En la blogósfera este es el aspecto más importante, los directorios y motores de búsqueda de Blogs prestan especial atención en los artículos más recientes y muestran en sus primeros lugares los Blogs más actualizados, fundamentalmente los directorios. Además los weblogs se identifican precisamente por ser actualizados periódicamente y sus fieles seguidores pierden interés al visitar una página que llevas días sin ninguna nueva publicación.

3.3.5 Hacer una eficiente utilización de las etiquetas

En epígrafe 3.2.1 se explicaba la importancia de posicionar las palabras, el formato de esas palabras claves, la forma en que estas van a ser identificadas por los motores de búsqueda, directorios y sitios de estadísticas de densidad de las palabras claves se implementa a través de las tags.

Las tags delimitan el inicio y fin de cierto contenido, esto es, cada tag indica cuando se utilizarán letras negritas, cuando iniciarán letras rojas, la ubicación de gráficas y cualquier otra forma que influya en el despliegue o formato de la información.

A continuación se explican algunas de las principales tags para lograr buen posicionamiento:

< Heading o Head > tags (Encabezamiento o título) La mayoría de buscadores dan más importancia al texto que se encuentra entre estas etiquetas y por lo tanto para el posicionamiento en buscadores debemos optimizar este texto con una *alta densidad de palabras clave*.

Aunque sea importante que no abusemos de ellos, es conveniente aplicar la etiqueta <h1> al texto más importante de nuestras páginas y también utilizar los *head tags* más pequeñas, como <h2> y

<h3>, para las cabeceras de secciones o pies de imágenes. En el anexo 3 se explica un ejemplo sobre como insertar en el código dichas etiquetas. Sin necesidad de modificar el código HTML también se pueden resaltar esas palabras claves si el sistema de gestión de contenido del servidor utilizado cuenta con una barra de edición del texto, seleccionando la frase a destacar y marcándola como título 1, 2 o 3.

<Alt> tag: se utiliza para describir la imagen insertada. Los buscadores no tienen capacidad de ver imágenes ni distinguir el texto que pueden contener. Por esta razón, la mayoría de ellos leerá el texto de la *propiedad ALT* en una etiqueta de imagen. Si esta propiedad contiene texto relevante y rico en palabras clave, se puede aumentar la *densidad de palabras clave* de la página y optimizar la imagen o el video.

Para optimizar una imagen, por ejemplo, la etiqueta <alt> se utiliza de la siguiente manera: alt="" y se coloca dentro de los tags < > de la misma imagen que queremos optimizar, de la siguiente forma:

```

```

Una vez incorporada el <alt> tag, cuando se coloca el cursor encima de la imagen por unos segundos, aparece una ventana con la descripción optimizada. Luego desaparece. Esto es muy útil porque así los robots de búsqueda clasifican esta información en sus bases de datos multimedia (Imágenes, Video, Etc.) y esto en conjunto con otras practicas SEO permite obtener un mejor posicionamiento en buscadores. Importantísimo. Es importante cuando se escribe una descripción usando la etiqueta <alt="">, mantenerla corta, optimizada y con frases coherentes.

Sin embargo se debe tener mucho cuidado al usarla en no abusar pues el sobre uso de las etiquetas <alt> puede causar que el motor de búsqueda clasifique la página como "spammers" y la penalice, saliendo de la página o incluso eliminándola de los motores de búsqueda por completo. Además la mayoría de buscadores no proporciona más peso a esta etiqueta que al texto en el cuerpo de la página.

Los sistemas de gestión de contenidos de algunos servidores, por ejemplo nireblog, no permiten modificar el código HTML de la imagen pero permiten insertar el título y descripción de la misma

visualmente, sin entrar al código, otros como Blogger no permiten realizar estas especificaciones visualmente pero si en el código.

Metatags

Son tags utilizadas por los distintos Motores de Búsqueda (Search-Engines) para clasificar información. Aún cuando algunos motores de búsqueda como Google no le dan mucha importancia, en algunas ocasiones las tienen en cuenta para mostrar por ejemplo el la descripción de la página. Además otros motores de búsqueda como Yahoo si las tiene muy en cuenta y algunos directorios de Blogs, como Blogalaxia y technorati también.

Estas tags son denominadas META, y deben ser incluidas entre los TAGS HEAD de un documento, de la siguiente manera:

```
<HTML>
<HEAD>
<META name="[keywords o description]" content="[palabras claves o descripción de la
página]">
<TITLE> Documento Básico en HTML </TITLE>
</HEAD>
<BODY>
```

Las 2 metatags más utilizadas son:

- ❖ **Description Tag** -- Meta Etiqueta que le informa a los motores de búsqueda cual es el contenido de la página. Se usa de la siguiente manera:

```
<meta name="description" content="pequeña descripción del contenido de la página">
```

Esta metatag o meta etiqueta siempre debe ser colocada después de la etiqueta <title> pero antes de la meta etiqueta "keywords" y dentro del apartado <head>. Debe limitarse a un máximo de 250 caracteres.

Deben incorporarse palabras claves de esta meta-etiqueta, sin abusar de las mismas para mantener buena coherencia y evitar penalizaciones. Además es muy importante que la descripción este de acorde con el contenido real de la página y no sea simple publicidad.

- ❖ **Keywords Tag** -- Meta Etiqueta que le informa a los motores de búsqueda que palabras claves contiene una página web. Se usa de la siguiente manera:
<meta name="keywords" content="coloque tus palabras claves aquí">

Esta meta etiqueta siempre debe ser colocada después de la etiqueta <title> y la meta etiqueta "description" y dentro del apartado <head>. Debe limitarse a un máximo de 48 palabras. Y para evitar sanciones, cada una de las palabras claves colocadas dentro de esta meta etiqueta también debe estar presente en algún lugar dentro de la página. Aunque algunos expertos dicen que se pueden incluir palabras claves con errores ortográficos dentro de esta meta-etiqueta, previendo equivocaciones de los usuarios, y estas no deben estar incorporadas dentro de la página, o por lo menos no en zonas visibles, quizás puedan ser incluidas en etiquetas <alt>. (*Las Tags Meta 2005*) Aunque ya muchos buscadores no prestan especial atención a estas metatags otros si resaltan las páginas que las utilizan, además varios de los directorios de Blogs destacan los artículos con tags por lo que se propone utilizar todas estas tags en las páginas del Blog, la principal, si el servidor permite el acceso al código de la plantilla, y las de las entradas, insertándolas como parte del código HML del articulo, al inicio. Siempre con cuidado de no hacer un uso excesivo de las mismas, ni utilizarlas en todas las páginas para evitar penalizaciones.

3.3.6 Darse de alta en los principales directorios

Mientras mayor sea el número de directorios en los cuales esté suscrito el Blog, generalmente, mejor será el posicionamiento y mayores las posibilidades de ser visitado. Google por ejemplo utiliza también bases de datos de otros buscadores por lo que aparecer en gran número de directorios beneficiara muchísimo al posicionamiento porque además representa enlaces de varios sitios que generalmente tienen buen posicionamiento en estos grandes buscadores como google.

Además los blogueros habitualmente acuden a los directorios de Blogs más que a los propios motores de búsqueda pues en el primero los Blogs son mejor categorizados y tienen en cuenta la fecha de actualización y las tags utilizadas para ubicar los resultados.

Entre los directorios de Blogs más importantes se pueden destacar Blogalaxia y Technorati, este último es el servidor de Blogs más visitado mundialmente según estadísticas ya mencionadas anteriormente.

En el anexo 4 se muestra un listado de los directorios donde se pueden inscribir los weblogs cubanos.

3.3.7 Intercambiar enlaces

Se recomienda intercambiar enlaces con otros blogueros y unirse a grupos o comunidades vinculadas con su temática.

El intercambio de enlaces es una práctica muy popular en el mundo del SEO (optimización para motores de búsqueda). Pues la popularidad de enlaces (cantidad de enlaces que apuntan hacia una página web) es un factor muy importante para obtener un alto ranking en buscadores como Google.

Los Blogs se caracterizan por enlazar otros blogs con temáticas similares, formando comunidades o pequeñas blogosferas cuando entre ellos se agrupan en un círculo de enlaces. Mientras mayor es el círculo de enlaces mayor es la probabilidad de destacarse en la blogósfera internacional y de estar bien posicionados en los buscadores, logrando mayor número de visitas.

Es necesario tener cuidado y no salir a intercambiar enlaces con cualquier página, sino que solo se vinculará con páginas que tengan alguna relación con su Blog, las páginas que no tengan nada en común con las ideas que usted expone no le beneficiarán en nada, sino por el contrario pueden darle mala imagen si el contenido no es del agrado de sus lectores o ser penalizados si alguna de estas páginas promueve contenido ilegal o incumple con las normas impuestas por los buscadores. Además los buscadores como por ejemplo google toman en cuenta la relación que tiene el contenido de la página con las otras que apuntan hacia él con enlaces y si no tienen ninguna correspondencia no tienen en cuenta dichos vínculos.

La propuesta es intercambiar enlaces con otros Blogueros que defienden a Cuba y crear una miniblogosfera entre el mayor número de Blogs cubanos posible, así los que están mejor posicionados ayudarán a los otros a subir y subirán ellos también. Además se recomienda buscar comunidades extranjeras que apoyan a Cuba y relacionarse con ellas.

3.3.8 Promocionar el Blog

Los buscadores son una fuente fundamental para lograr que los internautas encuentren la página, pero no es suficiente si se desea lograr gran visibilidad, sino que es necesario atraer visitantes a la página por otras vías como el correo, los foros, el Chat; en fin promocionar el Blog por la mayor cantidad de medios posibles.

Recomiéndales tu página personal a tus amigos, a las personas con las que compartes ideas en un Chat o en un foro, siempre que estén tratando temas que se relacionen con el contenido de la misma, no es invitarlos a visitarla simplemente para aumentar números, sino aprovechar si se da la oportunidad para proponerles tu blog como una página que tal vez le pueda interesar.

Otro importante medio, si se desea aumentar el tráfico hacia su Blog, son los sitios de promoción de noticias, en los cuales los usuarios pueden subir noticias que consideran interesantes, escribiendo una breve descripción de la misma y la URL donde se puede encontrar, también pueden votar por las noticias que le parecen más interesantes y enlazarlas desde sus páginas.

Entre los sitios de noticias de este tipo más populares se encuentran: menéame.net, el más visitado de habla hispana, y digg en Ingles.

La propuesta es promocionar en estos sitios las noticias interesantes que publiquemos en el Blog, pero con cuidado de no promocionar cualquier noticia y menos si son copiadas de otras fuentes pues el Blog puede ser penalizado y bloqueado. Es importante tener presente que menéame no permite enviar 2 noticias iguales o desde la misma dirección por lo que hay que tener mucho cuidado y enviar la dirección de la página de la noticia, no la del Blog.

Además se ha hecho muy popular escribir preguntas en el Yahoo answer e incentivar al lector a leer la respuesta en algún artículo del Blog. También puede leer las preguntas publicadas por otros internautas y darle respuesta, igual buscando crear la expectativa y luego remitirlos al Blog, por supuesto siempre que la pregunta tenga relación con la línea del Blog.

Estas 2 últimas vías de promoción, fundamentalmente la del menéame es uno de los aspectos que más influencia tiene en el buen posicionamiento del Blog desde 2 puntos de vista. En primer lugar porque conduce a gran número de visitantes hacia el Blog, ya que no depende de que las personas

realicen una búsqueda con las palabras claves posicionadas y que el buscador lo ubique entre los primeros lugares para que sea consultada la página, sino que en cuanto el internauta abre la portada del sitio, en la sección de interés y encontrará la noticia que publicaste, al menos en las primeras horas de haber sido publicada será así o si gusta y es seleccionada como popular incluso hasta días. Además al incluir un enlace desde un sitio de promoción, que generalmente están muy bien posicionados en los buscadores son mayores las posibilidades para que el buscador al pasar por esa página encuentre dicha url y la indexe.

3.3.9 Explotar al máximo las facilidades tecnológicas de los blogs.

Los weblogs utilizan algunas herramientas que los hacen destacar, como son el envío de ping y la sindicación, las cuales pueden ser utilizadas para mejorar el posicionamiento entre ellas se pueden mencionar:

El servicio ping: como ya se explicó anteriormente un aspecto fundamental para la visibilidad en la blogósfera intencional, e incluso para el posicionamiento en algunos directorios y motores de búsqueda es la fecha de actualización. Por lo que es fundamental tras actualizar el Blog, informarle a los directorios y sitios de promoción, solo que cuando la página ha sido inscrita en varios directorios requiere mucho tiempo y esfuerzo realizar esta confirmación.

Los servicios de ping permiten realizar un aviso automático a varios sitios a la vez informándoles sobre la actualización. Se recomienda investigar la dirección de ping del directorio en los que se de de alta el Blog, siempre y cuando este tenga, e incluir dicha dirección al listados de los sitios a avisar, en caso que el servidor donde esta alojado permita este envío de ping.

Sindicación: En el capítulo 1 se explicaron los aspectos fundamentales de la sindicación y su importancia, es necesario destacar que ser sindicado ayuda bastante en el posicionamiento pues además de ser un enlace más que se realiza a la página, generalmente representa ser enlazado por sitios lectores de feed que generalmente tienen buen posicionamiento en los buscadores, un ejemplo de uno de lectores de feed mas popular, en el cual se recomienda inscribir el Blog es Bloglines, el cual es además, servidor de Blog.

También es fundamental mostrar en la página la dirección del feed del Weblog, o sea la del RSS o ATOM de acuerdo a lo que utilice el servidor, en caso de que la plantilla del servidor de alojamiento no visualice dicha dirección, se debe hacer contacto con el webmaster para averiguarla o de lo contrario utilizar algún sitio como por ejemplo feedburner y obtener una dirección de sindicación y hacerle un vínculo a ella en la página para que el lector conozca fácilmente que url puede añadir a su lector.

3.3.10 Darle confianza y atención a los lectores

Si se desea que la página sea exitosa es necesario luchar no solo por lograr que los internautas encuentren la página y la visiten, sino que es necesario prestar especial atención a estos visitantes para lograr que vuelvan y se hagan fieles seguidores de sus artículos, además estos seguidores son los que generalmente recomiendan el Blog a sus amigos y te enlazan desde sus blogs.

Una de las acciones más importantes para lograr que los visitantes vuelvan, además de mostrarles una página que cumpla con las 4 A como se explicó anteriormente es darles seguimiento e inspirarles confianza.

Para ganarse su confianza es recomendable brindar datos personales en la sección acerca de, ofrecerles una dirección de correo mediante la cual lo puedan contactar. Además es fundamental mantener una ética en la comunicación: citar las fuentes y publicar artículos de los cuales se ha comprobado su veracidad, y en caso que no se pueda comprobar pero resulten interesantes, comentarle al lector el grado de confianza que se tiene en la información ofrecida.

También es importante utilizar un lenguaje sencillo, de camaradería; no moderar los comentarios, solo lo necesario para evitar el SPAM, permitir que los lectores den sus propias opiniones en los mismos y responderle pero sin ofenderlos.

Además, es fundamental darles seguimiento a los lectores amigos, responderles los correos a los que los contactan dejan comentarios con sus correos para que les escriban, guardar además estos correos y avisarles cuando se publica un nuevo artículo que pueda ser de su interés, sin atosigarlos y respetando su decisión si responden que no desean recibir más estos correos. Hágale saber a sus lectores que son importantes para usted y que los tiene presente siempre.

3.4 Sugerencias para comprobar el correcto funcionamiento del Weblog y mejorarlo.

- ❖ Compruebe cada cierto tiempo la densidad y popularidad de las palabras claves utilizadas como se explica en el capítulo 1 y de acuerdo a los resultados aumente o disminuya su utilización.
- ❖ Analice las estadísticas de las visitas, número de visitantes, a que hora lo visitan, de donde lo visitan, a través de que palabras los han encontrado, cual es el horario de mayor tráfico, entre otros. Solo debe instalar algún(os) contadores (Ver Anexo 4).Este análisis le permitira conocer como está funcionando el Blog y mejorarlo. Además cuando el lector entra al blog y ve el número de visitantes siente mayor confianza.
- ❖ Dedique tiempo a estudiar las nuevas tendencias en la blogósfera, en Internet los cambios son constantes por lo que es muy importante dedicar al menos 10 minutos cada día a ver que de nuevo hay en la blogósfera.
- ❖ Compruebe los enlaces que hacen a su sitio, cuales fueron los artículos mas citados. Esto le enseña que le gusta más a sus lectores, que tipo de artículo causa mayor impacto, identificar posibles amigos de la causa cubana, aquellos que realizan trackback o enlazan hacia su sitio.
- ❖ Estudie los lenguajes XHTML y javascrit para mejorar su blog: aun cuando el blog no debe estar sobrecargado si inserta algunas funcioncitas sencillas que le brinden frescura al blog puede atraer a las miradas de los internautas. En Internet hay publicadas gran número de funciones de este tipo, como por ejemplo para mostrar un cartelito moviéndose o un reloj.

3.5 Resultados Obtenidos

Con la aplicación de la estrategia se logró mejorar el posicionamiento en la blogósfera internacional y en el google search para Blogs, apareciendo uno de los weblogs a los cuales se les aplico la estrategia en la 2 posición del google search tras la búsqueda de una de las palabras claves de un artículo. Los 4 blogs en prueba ocuparon lugares privilegiados en technorati, el buscador de blogs más utilizado., aparecen entre los 1ros al buscar frases como Cuba verdad, realidad cubana y Revolución cubana.

Para la caja de búsqueda general de google los resultados no han sido muy buenos, pues existen muchos sitios que tratan el tema de Cuba y tienen mayor tiempo de creación, lo cual google tiene muy en cuenta. Además muchos de estos sitios cuentan con dominios.com o punto cu lo cual les facilita estas posiciones privilegiadas. A pesar de esto es importante destacar que los 4 Blogs fueron indexados por google, lo que se evidencia en las estadísticas que muestran desde donde accedieron los usuarios.

El tráfico hacia los blogs aumentó considerablemente, el blog realidadcubana.nireblog.com alcanzó un número superior a las 1000 visitas en menos de 1 mes.

Mejóro la posición estás páginas en la blogósfera, además de posicionarse bien en technorati , los lugares en el ranking de Blogalaxia también son bastante buenos, teniendo en cuenta el corto tiempo de vida de la página el weblog, ocupando <http://larevolucioncubana.blogia.com/> el 6to lugar.

Resumiendo, podemos decir que la estrategia aportó los beneficios esperados, aunque la muestra era pequeña. La misma debe aplicarse en mayor cantidad de blog para obtener una validación adecuada.

3. 6 Conclusiones del capítulo.

La estrategia de posicionamiento para los weblogs cubanos quedó correctamente conformada por un conjunto de 10 acciones, las cuales fueron debidamente explicadas a lo largo de cada uno de los epígrafes. Los resultados obtenidos con la aplicación de dicha estrategia fueron satisfactorios, dándole cumplimiento a los objetivos trazados.

Conclusiones.

El análisis del auge de los Weblogs y sus ventajas como medio de comunicación, unido a la necesidad de dar a conocer al mundo la realidad cubana a través de medios de comunicación alternativos llevó a la conclusión que los weblogs constituyen una herramienta fundamental para transmitir la verdad de Cuba.

Al analizar la cantidad de Weblogs y sitios web que existen en la Red y con los cuales habría que competir para llegar a los internautas se determinó que solo con una estrategia de posicionamiento que garantice un lugar adecuado en los principales buscadores y ranking de blogs se lograría que las personas conozcan y visiten los Weblogs cubanos.

Como resultado del estudio de las estrategias de posicionamiento en algunos de los buscadores más populares y consejos de varios autores de Weblog sobre como promocionarlos se determinó una estrategia para lograr un posicionamiento adecuado de los weblogs cubanos, en la cual se definen un conjunto de acciones a seguir.

Con la propuesta de la estrategia y su aplicación en algunos blogs, generando buenos resultados, se concluye el presente trabajo de diploma dando cumplimiento a los objetivos propuestos.

Recomendaciones.

Una vez vencidos los objetivos de este proyecto, y teniendo en cuenta las experiencias obtenidas en el mismo, se recomienda:

- ❖ Validar la estrategia en un mayor número de weblogs.
- ❖ Aplicar la estrategia en los weblogs de los estudiantes del proyecto.
- ❖ Hacer llegar la estrategia propuesta a cubanos autores de weblogs para que mejoren su posicionamiento y aumenten el tráfico hacia el mismo.
- ❖ Dar a conocer a los periodistas cubanos el estudio realizado para promover la creación de weblogs cubanos bien posicionados.

Referencias bibliográficas.

1. 10 Ways To Optimize Wordpress For More Traffic. BoydCreative, 2007.
2. ABLADIAS Cinco trucos para promocionar un Blog, 2005.
3. AZLOR, S. EL POSICIONAMIENTO EN EL 2007, 2007.
4. BALLESTEROSS, S. M. Algoritmos de posicionamiento. yahoo. Recuperacion y Organizacion de la Informacion.
5. Bitácoras y sindicación de contenidos.: Textos universitarios de biblioteconomía y documentación, 2005. 15.
6. Blog. Wikipedia, 2007.
7. BURCET, J. Qué es posicionamiento, .
8. Características del servicio de alojamiento. Bitácoras.com, 2007]. Disponible en: <http://www.bitacoras.com/alojamiento/caracteristicas.php>
9. CASTRILLO, F. M. D. L. P. Anatomía de un weblog, 2005. [2007]. Disponible en:
10. CUBA Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. 2005. 91 p.
11. CUBILLOS, M. F. Weblogs o bitácoras:un recurso de colaboración en linea para los Profesionales de la Información., 2005.
12. Diccionario de la Lengua española. WordRefence.com, 2007]. Disponible en: <http://www.wordreference.com/definicion/posicionamiento>
13. Diccionario Enciclopédico de Terminología SEO. Posicionamiento Superior.com, 2007]. Disponible en: <http://www.posicionamientosuperior.com/terminologia/>
14. Estados Unidos bloquea Internet en Cuba. Sitio Web del Ministerio de Relaciones Exteriores de Cuba, 2006. [2007]. Disponible en: [http://www.cubaminrex.cu/Sociedad_Informacion/2006/Bloqueo%20en%20Internet%20a%20Cuba%20\(II\).htm](http://www.cubaminrex.cu/Sociedad_Informacion/2006/Bloqueo%20en%20Internet%20a%20Cuba%20(II).htm)
15. FAJARDO, J. Como promocionar un sitio Web. 1a. 2000. p. Compumagazine.
16. Glosario de Palabras de Optimización de páginas web. Enciclopedia SEO, 2007]. Disponible en: <http://www.posicionamientosuperior.com/terminologia/k.htm>
17. HERNÁNDEZ, T. V. G. Una estrategia didáctica basada en el modelo interactivo para propiciar la comprensión lectora en estudiantes de la carrera Maestros Primarios. Ciudad Habana, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, 2005. p.

18. II CONGRESO INTERNACIONAL DE BLOGS Y PERIODISMO EN LA RED. 2007.
19. Las Tags Meta. 2005. [2007]. Disponible en: <http://www.osmosislatina.com/aplicaciones/robots.htm>
20. PÉREZ, L. D. R. G. ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE HABILIDADES INVESTIGATIVAS EN LOS DOCENTES DE LA SUM DE SAN ANTONIO DE LOS BAÑOS. Ciudad Habana, INSTITUTO SUPERIOR POLITÉCNICO JOSÉ ANTONIO ECHEVERRÍA, 2005. p.
21. PÉREZ., L. M. E. P. ESTRATEGIA DE SUPERACIÓN PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN INVESTIGATIVA DE LOS PROFESORES DE LA ESBU RAFAEL VALDÉS PÉREZ DE SAN ANTONIO DE LOS BAÑOS., Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, 2005. p.
22. Posicionamiento web en Google. Google.dirson.
23. Principales definiciones de los términos más usados en Internet. 2007: Página Web que contiene las definiciones de los principales términos empleados por las nuevas tecnologías de Internet.
24. Publicación de Blogs en Miarroba. 2007]. Disponible en: <http://blogs.miarroba.com/>
25. REYES, A. D. S. Con Internet se rompe el monopolio de la información CubaArte, el portal de la cultura cubana, 2007.
26. RODRIGUEZ, A. Aprovechar más los espacios alternativos en defensa de la verdad Granma, 2005.
27. ROSENDE, J. Posicionamiento en buscadores.
28. Técnicas de Posicionamiento web para los Blogs. Posicionamiento Web en la Red, 2006.
29. TRABAJO CONJUNTO :GUSTAVO BARRON, N. R.-P., NOLO Y SETH, RAÚL RAMÍREZ, VUARNET Y YUSEF HASSAN, . Errores de Usabilidad en Blogs. Véase Además, 2005.
30. Wordpress Features. Wordpress.com, 2007.

Bibliografía.

1. Artículos de posicionamiento en buscadores. 2004.
2. Artículos de Posicionamiento en Google.
3. Bitácoras y sindicación de contenidos.: Textos universitarios de biblioteconomía y documentación, 2005. 15.
4. Blog. Wikipedia, 2007.
5. Blogia. Blogia.com, 2007]. Disponible en: <http://www.blogia.com/>
6. Características del servicio de alojamiento. Bitácoras.com, 2007]. Disponible en: <http://www.bitacoras.com/alojamiento/caracteristicas.php>
7. CUBA Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. 2005. 91 p.
8. Definición de posicionamiento y primeros pasos. 2007]. Disponible en: <http://members.fortunecity.com/xecyc/posicionamiento.html>
9. del.icio.us /about. 2007]. Disponible en: <http://del.icio.us/about/>
10. Diccionario de la Lengua española. WordRefence.com, 2007]. Disponible en: <http://www.wordreference.com/definicion/posicionamiento>
11. Diccionario Enciclopédico de Terminología SEO. Posicionamiento Superior.com, 2007]. Disponible en: <http://www.posicionamientosuperior.com/terminologia/>
12. Estados Unidos bloquea Internet en Cuba. Sitio Web del Ministerio de Relaciones Exteriores de Cuba, 2006. [2007]. Disponible en: [http://www.cubaminrex.cu/Sociedad_Informacion/2006/Bloqueo%20en%20Internet%20a%20Cuba%20\(II\).htm](http://www.cubaminrex.cu/Sociedad_Informacion/2006/Bloqueo%20en%20Internet%20a%20Cuba%20(II).htm)
13. Glosario de Palabras de Optimización de páginas web. Enciclopedia SEO, 2007]. Disponible en: <http://www.posicionamientosuperior.com/terminologia/k.htm>
14. Herramienta para saber la posición en buscadores. 2006. [2007]. Disponible en: <http://www.xeoweb.com/foro/tema-6010.html>
15. II CONGRESO INTERNACIONAL DE BLOGS Y PERIODISMO EN LA RED. 2007.
16. Las Tags Meta. 2005. [2007]. Disponible en: <http://www.osmosislatina.com/aplicaciones/robots.htm>
17. Posicionamiento. Wikipedia, 2007.

18. Posicionamiento en buscadores:Google. POsicionamiento en Buscadores.
19. Posicionamiento en Yahoo. 2007. [2007]. Disponible en: <http://www.xeoweb.com/foro/tema-10589.html>
20. Posicionamiento web en Google. Google.dirson.
21. Posicionamiento Web en Google.
22. Preguntas frecuentes sobre Blogia. 2007]. Disponible en: <http://faq.blogia.com/>
23. Principales definiciones de los términos más usados en Internet. 2007: Página Web que contiene las definiciones de los principales términos empleados por las nuevas tecnologías de Internet.
24. Publicación de Blogs en Miarroba. 2007]. Disponible en: <http://blogs.miarroba.com/>
25. Técnicas de Posicionamiento web para los Blogs. Posicionamiento Web en la Red, 2006.
26. 10 Ways To Optimize Wordpress For More Traffic. BoydCreative, 2007.
27. What is Digg? , 2007. [2007]. Disponible en: <http://digg.com/about>
28. Wordpress Features. Wordpress.com, 2007.
29. World Internet Users and Population Stats. Internet world stats, 2007. [2007]. Disponible en: <http://internetworldstats.com/stats.htm>
30. AZLOR, S. EL POSICIONAMIENTO EN EL 2007, 2007.
31. BALLESTEROSS, S. M. Algoritmos de posicionamiento. yahoo. Recuperacion y Organizacion de la Informacion.
32. BURCET, J. Qué es posicionamiento, .
33. CASTILLO, C. Software para hacer tu Blog, 2007. [2007]. Disponible en: <http://www.tejedoresdelweb.com/307/article-73210.html>
34. CASTRILLO, F. M. D. L. P. Anatomía de un weblog, 2005. [2007]. Disponible en:
35. CUBILLOS, M. F. Weblogs o bitacorras:un recurso de colaboración en linea para los Profesionales de la Información., 2005.
36. FAJARDO, J. Como promocionar un sitio Web. 1a. 2000. p. Compumagazine.
37. FERNÁNDEZ, F. Posicionamiento en Yahoo. XeoWeb, 2004.
38. HERNÁNDEZ, T. V. G. Una estrategia didáctica basada en el modelo interactivo para propiciar la comprensión lectora en estudiantes de la carrera Maestros Primarios. Ciudad Habana, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, 2005. p.

39. MARTI, O. Katrina, Blogs y Correo electrónico la jiribilla, 2005.
40. PAGÉS, L. P. Y. R. Aprovechar más los espacios alternativos en defensa de la verdad Granma, 2007.
41. PEDREÑO, A. Internet y la prensa del futuro, 2006.
42. PÉREZ, L. D. R. G. ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE HABILIDADES INVESTIGATIVAS EN LOS DOCENTES DE LA SUM DE SAN ANTONIO DE LOS BAÑOS. Ciudad Habana, INSTITUTO SUPERIOR POLITÉCNICO JOSÉ ANTONIO ECHEVERRÍA, 2005. p.
43. PÉREZ., L. M. E. P. ESTRATEGIA DE SUPERACIÓN PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN INVESTIGATIVA DE LOS PROFESORES DE LA ESBU RAFAEL VALDÉS PÉREZ DE SAN ANTONIO DE LOS BAÑOS., Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, 2005. p.
44. POLO, F. Cinco trucos para promocionar un Blog. Blog abadia, 2005.
45. REYES, A. D. S. Con Internet se rompe el monopolio de la información CubaArte, el portal de la cultura cubana, 2007.
46. RODRIGUEZ, A. Aprovechar más los espacios alternativos en defensa de la verdad Granma, 2005.
47. ROSENDE, J. Posicionamiento en buscadores.
48. TRABAJO CONJUNTO :GUSTAVO BARRON, N. R.-P., NOLO Y SETH, RAÚL RAMÍREZ, VUARNET Y YUSEF HASSAN, . Errores de Usabilidad en Blogs. Véase Además, 2005.
49. TROUT, A. R. J. Posicionamiento, José Luis Fernández, 2005. [2007]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos7/posic/posic.shtml#Intro>

Glosario de términos

- ❖ **Blogs, weblogs ó bitácoras:** Recursos informativos, en formato Web, ya sea en forma textual o de imágenes, en los que una persona o grupo de personas (naturales o jurídicas), introducen por orden cronológico noticias, opiniones, sugerencias, artículos, reflexiones o cualquier otro tipo de contenido que consideran de interés, los cuales enlazan frecuentemente a otros recursos Web y cuya replica esta o no permitida según el propietario del Weblog (Ferrada, Mariela, 2005).
- ❖ **Ciberespacio:** Espacio de interacción posibilitado por redes de ordenadores
- ❖ **Internauta:** Usuario de una red informática de comunicación internacional, cibernauta.[13]
- ❖ **Permalinks:** es un enlace permanente. Se usa en los blogs para asignar una URL permanente a cada entrada del blog, para luego poder reverenciarla.
- ❖ **Blogroll:** Colección de enlaces de blogs, normalmente presentado en una columna lateral de la página web.
- ❖ **Blogósfera o blogósfera:** conjunto de blogs agrupados por algún criterio específico (localización, temática, idioma).
- ❖ **Bloguear:** acción de publicar mensajes en weblogs.
- ❖ **Plantilla:** Documento que contiene pautas de diseño pre-codificado de uso sencillo. En inglés se le llama "template". Estas plantillas, que habitualmente utilizan hojas de estilo en cascada - CSS-, pueden ser modificadas en la mayoría de los casos por los propios usuarios y adaptados a sus necesidades o gustos.
- ❖ **Bloguero:** escritor de publicaciones para formato de blog. Es más común el uso del término inglés original: "blogger", en lugar de "bloguero" o "bitacorero", que sería otra expresión posible a partir de la traducción de la palabra "blog" como "bitácora".
- ❖ **CMS:** Sistema de administración de contenido
- ❖ **Bookmarklet :** es un marcador que, en lugar de apuntar a una dirección URL, hace referencia a una pequeña porción de código JavaScript para ejecutar ciertas tareas automáticamente
- ❖ **Fotolog:** blog en el que los posts son fotografías digitales.

- ❖ **Post:** unidad de publicación de un blog. Generalmente es un párrafo más o menos breve con enlaces a páginas web, comentarios, la fecha y hora de publicación, y ordenados de menor a mayor antigüedad.
- ❖ **RSS:** Really Simple Syndication (sindicación realmente simple). Protocolo que publica automáticamente un fichero con los títulos, descripciones y enlaces a los post de un logo página web tradicional.
- ❖ **TrackBack:** sistema automático que permite al autor de un blog saber si alguien ha enlazado a uno de sus post.
- ❖ **Moblogging:** publicación en el Blog vía correo electrónico

Anexos

Anexo 1: Gráficos que demuestran el éxito de los Blogs de acuerdo a estadísticas obtenidas por Technorati, el directorio de Blogs más popular.

Figura 1: crecimiento del número de Weblogs por meses del 2003 hasta el 2007

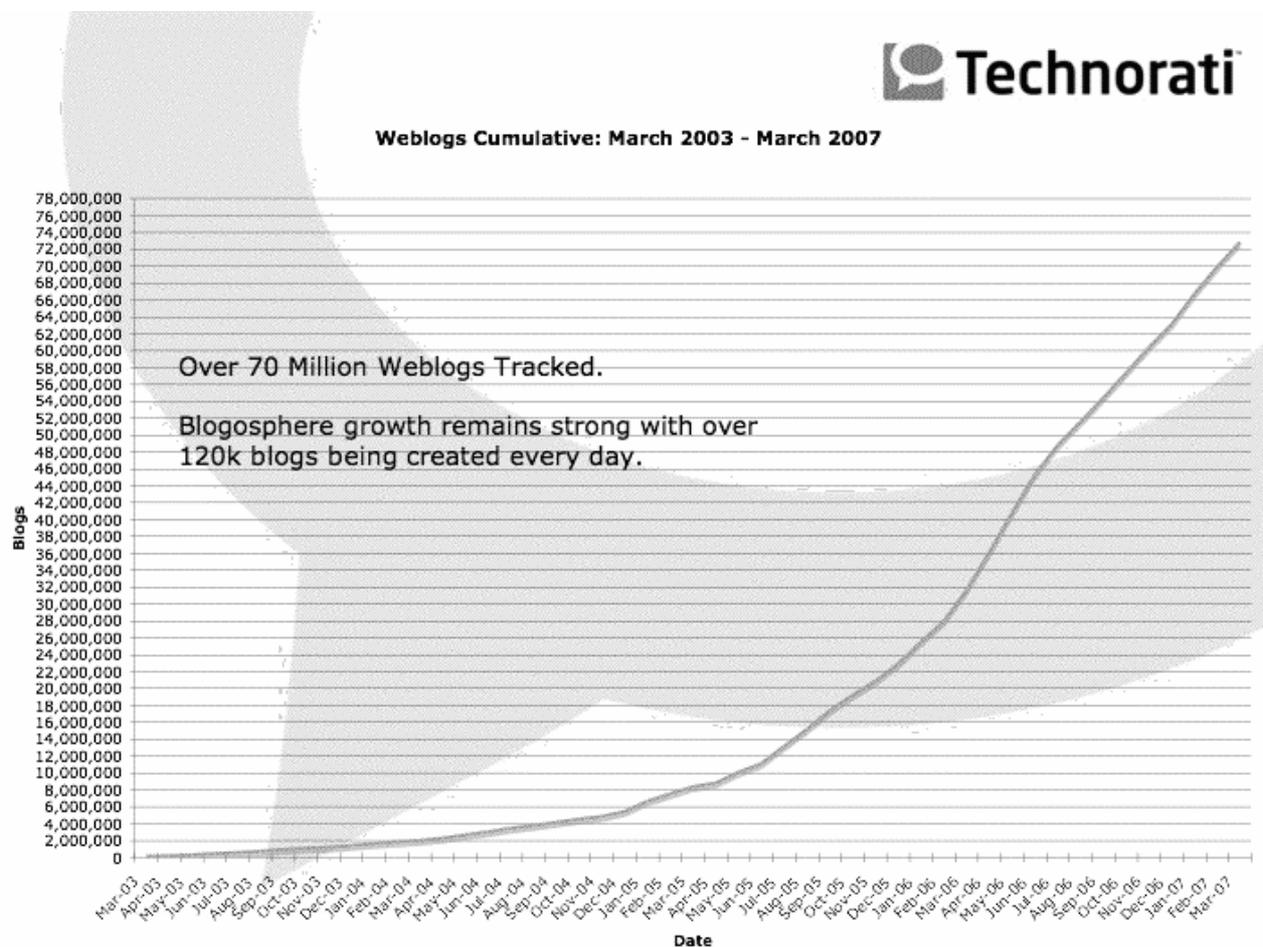


Figura 2 Número de Blogs creados por día

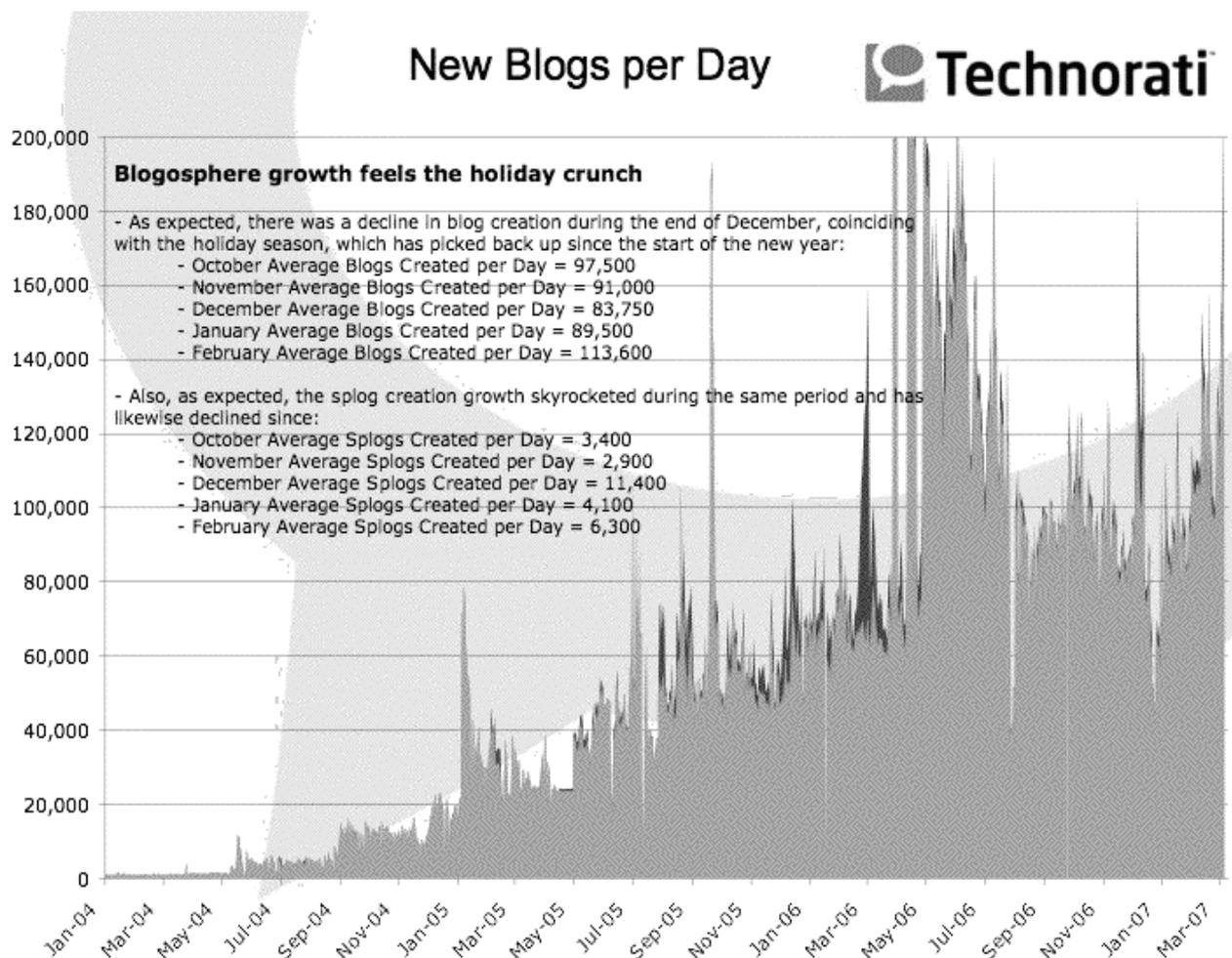
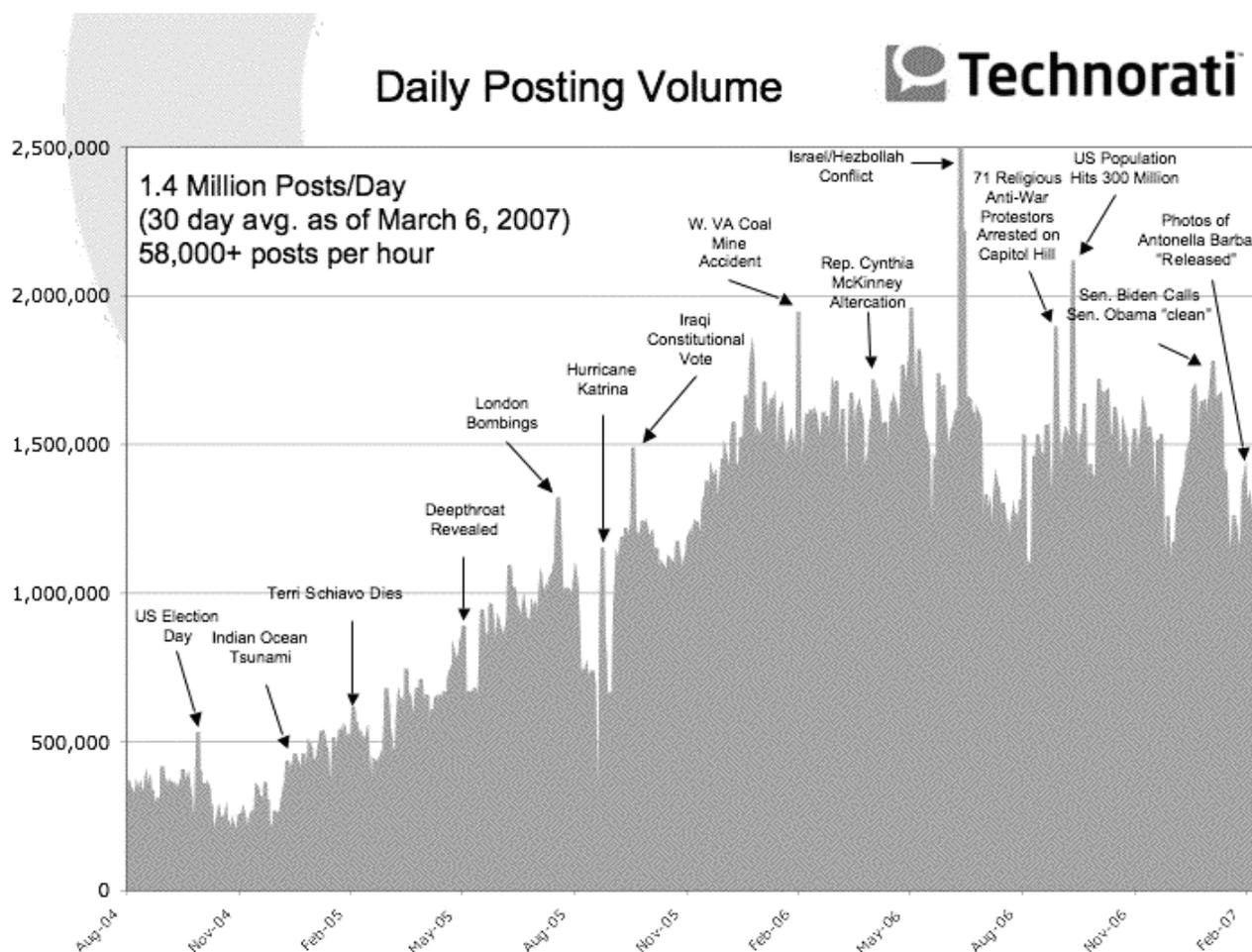


Figura 3 Volumen de entradas publicadas diariamente

Como promedio 1,4 millones de entradas/día
58 000 entradas/hora.



Anexo 2 Sitios que permiten calcular la densidad de las palabras claves

<http://sp.ask.com/docs/about/jeevesiq.html>

<http://50.lycos.com/>

<http://buzz.yahoo.com/>

Anexo 3 Servidores de Blogs gratuitos

❖ La Coctelera

- Se caracteriza por su sencillez, rapidez y plantillas de bonito diseño
- Su interfaz permite insertar enlaces y tags.
- Facilita la organización de entradas por categorías
- Facilita al usuario su suscripción al feed del Blog
- No permite modificar el código de la plantilla ni insertar nuevo.

❖ Ya.com

- Brinda plantillas bonitas y permite el acceso y modificación del código XHTML de la página
- Permite enviar pings automáticos a weblogs.com y bitácoras.com
- Facilita la sindicación por RSS
- Facilita la inserción de metatags para el Blog y tags para cada uno de las entradas visualmente.
- El tamaño del Blog tiene un límite de 10 MG.

❖ Azioret

- Poca o ninguna publicidad.
- Basado en Wordpress.
- Alojado en un potente hosting profesional de gran capacidad y con un 99,9% disponibilidad.
- Garantiza al autor del Blog completo dominio sobre su contenido, sin censura.
- Permite insertar plugins.
- Brinda casi cien Plantillas, las cuales pueden ser personalizadas.
- Permite la migración de un blog alojado en otro servidor hacia Azioret
- Facilita el indexamiento en algunos buscadores.
- Permite la descarga de la base de datos correspondiente al blog.
- Todo en Español.
- Editor enriquecido con interfaz mejorada. Tan fácil de escribir como en el *Word*.
- El blog debe tener un mínimo de actividad, al menos un artículo al mes, al menos hasta tener más de 5 o caducará.

❖ Blog.com

- Permite la personalización del blog visualmente.
- Permite actualizar el blog por correo electrónico y por celular.
- Facilita el uso de trackbacks
- Envía pings automáticos a algunos importantes directorios de blogs como technorati, weblogs, etc.
- Garantiza la sindicación por RSS
- Su interfaz permite insertar tags en las entradas visualmente
- Facilita el manejo de las estadísticas de visitantes, enlaces al blog y trackbacks.
- Permite establecer niveles de acceso al blog y a los artículos (privado, publico, restringido)
- No permite modificar el código de la plantilla ni insertar nuevo.

❖ Barrapunto

- Permite la creación Weblogs noticiosos, con una plantilla fija, en la cual solo se publica la noticia y los comentarios
- El servidor brinda gran propaganda a través de Google
- Envía por correo electrónica las noticias publicadas en cada uno de los blogs a los bloggers suscritos y publica en su portada las últimas noticias.

Anexo 4 Directorios y buscadores donde dar alta al blog y mejorar la visibilidad

- Batiburrillo.com
- Barcelonablogs.com
- Bitacoras.com
- Bitacoras.net
- Bitadir.com
- Blogarama.com
- Blogcatalog.com
- Blogdigger.com

- BlogDir.com
- Blog-Directory.org
- Blogflux.com
- Bloggernity.com
- Bloghub.com
- Blogrankings.com
- Bloguisferio.com
- Blogs Mexico.com
- Blogsearchengine.com
- Bloguniverse.com
- Blogviajar.com
- Blogwise.com
- Cuervoblanco.com
- Eatonweb.com
- Neomyz.com
- Navegalis.com
- Weblogalot.com
- Webloglinkdirectory.com
- Weblogs.com.Ar
- Wilsdomain.com
- Free Web Submission.com
- Google Add URL
- Metanet Promotions.com
- Submit Corner (<http://www.submitcorner.com/Tools/Submit/>)
- Submit Express.com
- Yahoo.com
- Link2blogs.com.

Anexo 5 Directorios que aceptan pings de actualización

Nombre de sitio	URL
• Bitacoras.Com	http://bitacoras.com/directorio/ping.php
• Bitacoras.Net	http://bitacoras.net/pingform/pingformulario.php
• Bitadir	http://www.bitadir.com/
• Blog Digger	http://www.blogdigger.com/
• Blo.Gs	http://www.blo.gs/
• Blog Snow	http://www.blogsnow.com/
• Blog Street	http://www.blogstreet.com/
• Fresh Blogrolling	http://fresh.blogrolling.com/
• Pubsub	http://www.pubsub.com/
• Syndic	http://www.syndic8.com/
• Technorati	http://www.technorati.com/
• Weblogs	http://www.weblogs.com/

Anexo 6 Otras herramientas y trucos que facilitan el trabajo con los blogs

- Feedburner.com - Genera RSS feed gratuitamente. Esto es importante puesto que por ejemplo, Blogger, te da solamente el atom, entre otros servicios para blogs. Permite que otros se "suscriban" a tu weblog
- Blogarithm.com Avisos automatizados por correo electrónico cada vez que tu blog se actualiza.
- Haloscan.com proporciona una forma de integrar los Trackback en el blog añadiendo un pequeño código.
- TagCloud.com es una nube de etiquetas que te permite que los visitantes visualicen de una forma atractiva (en "una nube") los contenidos de tu blog.
- Rollyo.com Haz tu propio buscador con materiales de tu blogs y otros sitios a tu elección.
- Technorati.com - Crea y añade un perfil *technorati* para integrar tu blog en la inmensidad de la blogósfera. Además permite insertar una caja de búsqueda en tu blog y conocer en todo momento el impacto de tu blog en la blogósfera.

- [Sitemeter .com](#)- Unas estadísticas muy aceptables en calidad gratis que te pueden medir el tráfico de tus blogs en tiempo real con detalles sobre los sitios remitentes, localización geográfica, etc. Puedes complementarlas con [My Blog Log](#) - que te permite seguir la pista de las vías de salida de tu blog
- [Audioblogger.com](#) te permite gratis un ilimitado número de posts desde cualquier teléfono a tus blogs en Blogger.
- [w.bloggar](#) - Es un editor de Post y plantillas. Ayuda a administrar varios blogs en Blogger de forma efectiva.
- [Blogger Mobile](#) Cuando envías textos o fotografías desde tu dispositivo móvil (teléfono móvil) a go@blogger.com, se publican automáticamente en su nueva página del blog. Aunque de momento sólo opera con algunos operadores USA.
- [Del.icio.us](#), que combinado con [rssfeedreader](#), te permite mantener la lista de favoritos en tu blog y compartir tus hallazgos.

Contadores

- [Cool Counters](#)
- [Count My Page](#)
- [Free-Counter](#)
- [Free-Counter-Plus](#)
- [Free Hit Counters](#)
- [Freelogs](#)
- [Free Stats Counter](#)
- [My-Free-Web-Counter](#)
- [Pliner Net Counter](#)
- [Pro-Counter](#)
- [Rapidcounter](#)
- [Rightstats](#)
- [Stat Counter](#)
- [Super Counter](#)
- [Toolbar Counter](#)

La URL [http://www.\(nombredelsitio\).com](http://www.(nombredelsitio).com)
ejemplo: <http://www.CoolCounters.com>

Sitios que facilitan la inserción de encuestas y tagboards en el Blog**Encuestas**

Nombre	URL
• Alxnet	http://www.alxnet.com
• Ballot-box	http://www.ballot-box.com
• Bannerlandia	http://www.bannerlandia.com/mejora/encuestas/
• Cuestiona	http://www.cuestiona.com
• Easy-poll	http://www.easy-poll.com
• Freepolls	http://www.freepolls.com
• Interrogantes	http://www.interrogantes.com
• Mi Arroba	http://miarroba.com/encuestas/
• My Polls	http://mypolls.net
• Pollhost	http://www.pollhost.com/
• Pulsepoll	http://www.pulsepoll.com/
• Snappoll	http://www.snappoll.com/
• Weborama	http://es.weborama.com/

Tagboards

Nombre	URL
• Cbox	http://cbox.co.za/
• Chatter NVNCBL	http://chatter.nvncbl.com/
• Flooble	http://chatter.flooble.com/
• Free-Tagboard	http://www.free-tagboard.com/
• Hot Shout Box	http://www.hotshoutbox.com/
• Oggix	http://www.oggix.com/
• Tag-Board	http://www.tag-board.com/
• Tag-World	http://www.tag-world.com/

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.