

# SEO de contenidos: conceptos, componentes y guía de recursos 2020

Lluís Codina  
Carlos Lopezosa

UPF y BSM-UPF

Abril 2020

# Créditos

- Título: *SEO de contenidos: conceptos, componentes y guía de recursos 2020*
- Autores: [Lluís Codina](#) y [Carlos Lopezosa](#), profesores de la UPF y de la BSM-UPF
- Contexto: webinar para el [Máster Universitario Online en Buscadores](#)
- Segunda edición: abril 2020
- Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](#)

# Resumen

- Dimensiones estratégicas, conceptos y componentes principales del SEO de contenidos.
- Optimización de la calidad y de la visibilidad de los contenidos: redacción, contenidos multimedia y metadatos.
- Aspectos de navegación y de las estructuras de menús.
- Anatomía de una entrada perfecta para una visibilidad óptima.
- Procesos principales del SEO de contenidos y planificación y gestión con WordPress.
- Plugins principales para el SEO de contenidos.
- Recursos recomendados para cada uno de los apartados principales.

# Dimensiones estratégicas (I)

- El **SEO de contenidos** es la parte más importante del SEO On Page.
- Es el paso siguiente del *keyword research*.
- Pone el énfasis en la **calidad** y en la adaptación de los contenidos no solo al SEO sino también en la **legibilidad** y la **usabilidad**.
- **Excluye malas prácticas** como el plagio o el text spinning y está en contra del *black hat SEO* en general.
- Su fundamento es la **ecología de contenidos**, que evita llenar de “plásticos” el océano de Internet.
- Un buen contenido debe ser **original** y aportar **informaciones útiles**, en lugar de **intoxicar** el ecosistema comunicativo.

# Dimensiones estratégicas (II)

- Queda bajo **control total** de los responsables de un sitio.
- Es la parte que menos cambia del SEO, aunque siempre hay que estar **atentos a los cambios** del ecosistema digital:
  - Actualizaciones de los algoritmos
  - Nuevos estándares
  - Cambios en las plataformas digitales
  - Competencia, etc.
- Es el SEO **más honesto** que se puede hacer en un sitio web porque es un **servicio** neto e incondicional al público

# Dimensiones estratégicas – (III)

- **No tiene techo de calidad ni de creatividad.**
- Acerca al sitio a sus usuarios y proporciona el máximo ***engagement***.
- Permite la **máxima diferenciación** de un sitio.
- Se puede asumir con casi cualquier **presupuesto...** pero no sin esfuerzo.
- Es la mejor y más sólida fuente de ***link building***.

# Significado estratégico – (IV)

*Pero... no existen los almuerzos gratis*

- *Requiere planificación e inversión en tiempo, en dinero o en ambas cosas.*
- *No es una opción para cualquiera: exige capacidad, esfuerzo, honestidad y creatividad.*
- *El black hat SEO lo inventaron los que son incapaces de hacer contenidos de calidad.*

# 5 características del buen SEO de contenidos

- **Calidad** = basado en un trabajo de previo de documentación, incorpora edición y no se publica hasta haber sido revisado.
- **Utilidad** = enfoca problemas reales de los usuarios y aporta informaciones útiles.
- **Originalidad** = aunque se base en curación de contenidos tienen siempre un componente original.
- **Riqueza** = incorpora contenidos enriquecidos con imágenes, diagrama o vídeos.
- **Personalidad** = tiene personalidad propia, evita repetir tópicos y aplica verificación.

# Objetivos

- Producir los contenidos que **buscan** nuestros usuarios.
- Aumentar el **Click-Through Rate**.
- Aumentar la **visibilidad** aumentando el número de palabras clave en el top 10 de las SERP.
- Aumentar el **engagement** con nuestro público.
- Cimentar el **link building** con una estrategia sólida y de larga duración.

# Escenarios del SEO de contenidos

- Branding personal
  - Blogs de autor
- *Engagement* e influencia corporativa
  - Empresas
  - ONGs
  - Fundaciones, etc.
- En general, una necesidad de los sitios intensivos en contenidos
  - Medios de comunicación
  - Museos
  - Universidades

# Recurso: Content SEO

**yoast** *SEO for everyone*

What are you looking for?

**New & free: Block editor training, check it out now!**

Home | Yoast SEO | Other plugins | **SEO training** | SEO blog

[SEO for everyone](#) » [SEO blog](#) » [Content SEO](#) » The ultimate guide to content SEO

## The ultimate guide to content SEO

18 June 2019 | [9 Comments](#) | Tags [Content SEO](#), [Keyword research](#), [Readability](#), [SEO Copywriting](#), [Site Structure](#)

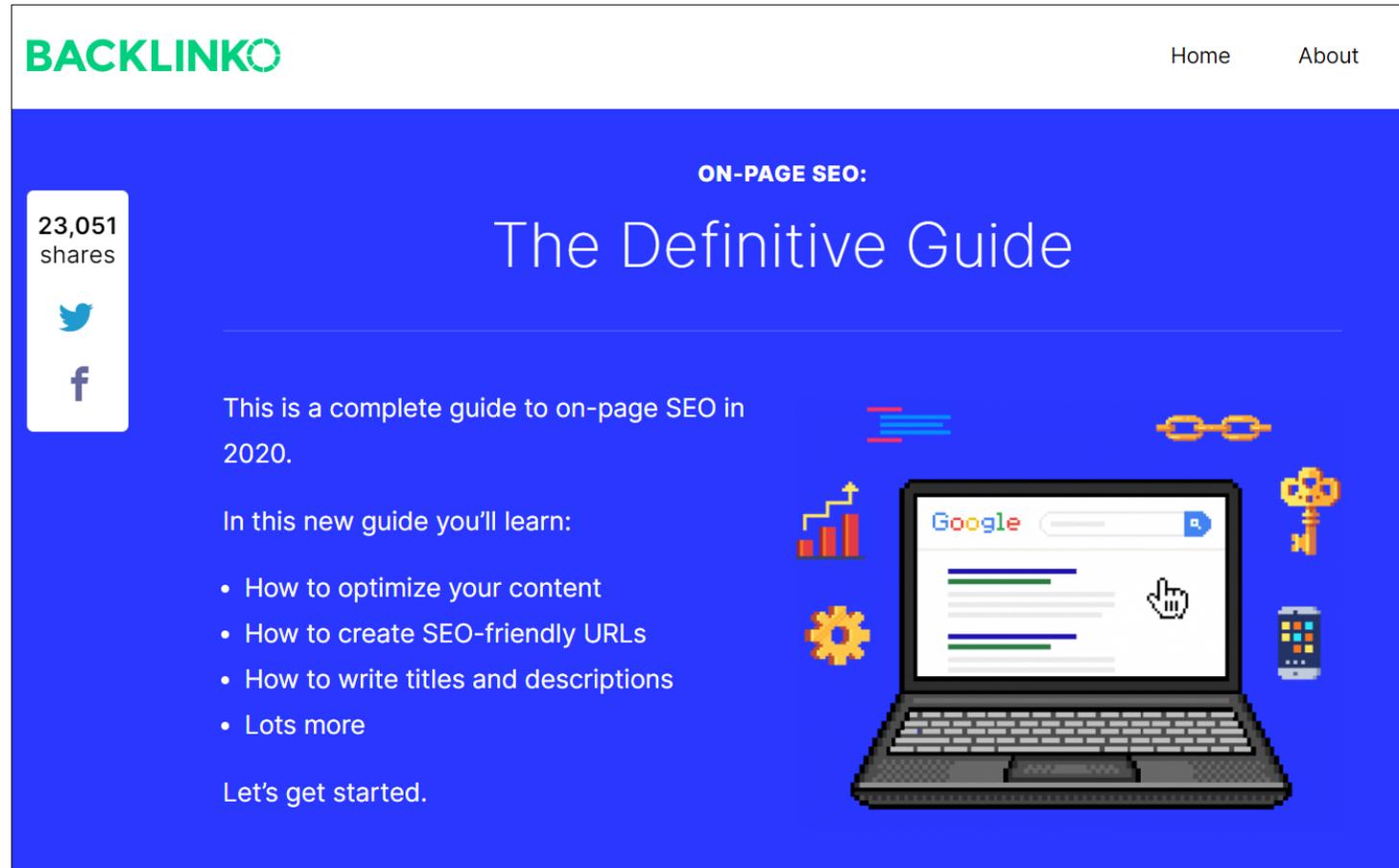


# Recurso: Sistrix On Page SEO



The screenshot shows the top navigation bar of the Sistrix website. The logo 'SISTRIX Q' is on the left. The navigation menu includes 'TOOLBOX', 'PRECIOS', 'BLOG', 'RECURSOS' (which is underlined), and 'SOPORTE'. Below this, there are links for 'Pregúntale a SISTRIX', 'SEO Talks', 'Seminario', and 'Herramientas gratis'. A breadcrumb trail reads 'Página de Inicio > Preguntale a SISTRIX > Optimización OnPage'. A search bar on the right contains the text 'Buscar sitio web'. The main content area features the title 'Optimización OnPage' in a large, bold, dark blue font. Below the title, the text reads: 'La Optimización OnPage es uno de los dos pilares para la **optimización en los motores de búsqueda**. Se hace una distinción entre optimización OnPage y **OffPage** (también conocida como OnSite y OffSite).'

# Recurso: SEO On Page Backlinko



**BACKLINKO** Home About

**ON-PAGE SEO:**  
**The Definitive Guide**

23,051 shares


This is a complete guide to on-page SEO in 2020.

In this new guide you'll learn:

- How to optimize your content
- How to create SEO-friendly URLs
- How to write titles and descriptions
- Lots more

Let's get started.



# Recurso: MOZ On Page SEO

The image shows the landing page for the 'On-Page SEO' course by Moz. The page has a dark blue header with navigation links: 'Moz Pro', 'How it works', 'Solutions', 'Pricing', and 'Testimonials'. A yellow button in the top right corner says 'Start My Free 30-Day Trial'. The main content area features the title 'On-Page SEO' in large white letters, with the subtitle 'The Beginner's Guide to SEO' below it. To the left of the title is an icon of a laptop with a webpage layout. Below the title is a row of seven circular icons representing different SEO concepts: a graduation cap, a spider, a magnifying glass over a document, a laptop, a bar chart, a pie chart, and a document with a checkmark. At the bottom, there is a light blue section with the text 'Explore the chapters:' followed by a dropdown menu showing 'Chapters' with a downward arrow. To the right of the dropdown are two buttons: 'PREVIOUS' with a left arrow and 'NEXT' with a right arrow.

# El caso de WordPress

- Para la presentación adoptamos el caso de WordPress como gestor de contenidos.
- Características
  - El CMS más utilizado.
  - Versiones gratuitas.
  - Ofertas profesionales de alojamiento a precios muy asequibles.
  - Amplia oferta de temas y plugins.
  - Opción al alcance de casi cualquier presupuesto.
- Importante: requiere poco mantenimiento, pero es necesario un buen servicio técnico.

# Aspectos técnicos · Los puntos imprescindibles

- HTTPS
- Configuración de enlaces
- Plugins
  - Análisis SEO interactivo
  - Seguridad
  - Compartir
  - Edición Robots.txt
  - Sitemap
- Search Console y Google Analytics
- Configuración de los comentarios
- Velocidad de carga
- *Mobile first*

# Ejemplo de ajustes técnicos en WP



The image shows a screenshot of the WordPress administration interface, specifically the 'Permalinks' settings page. On the left, a dark sidebar contains a menu with 'Ajustes' highlighted in blue, with a blue arrow pointing to it. Below 'Ajustes' are other menu items: 'Generales', 'Escritura', 'Lectura', 'Comentarios', 'Medios', 'Enlaces permanentes', 'Privacidad', 'Google Analytics Code', 'Autooptimize', 'Compartir', 'Desactivar comentarios', and 'SSL'. The main content area shows four radio button options for permalinks: 'Mes y nombre', 'Numérico', 'Nombre de la entrada', and 'Estructura personalizada'. The 'Estructura personalizada' option is selected. The corresponding URL structure is shown as 'https://observatoriocibermedios.upf.edu /%postname%'. Below this, there is a section for 'Etiquetas disponibles:' with buttons for '%year%', '%monthnum%', '%day%', '%hour%', '%minute%', and '%second%'. At the bottom, there is an 'Opcional' section with explanatory text.

**Ajustes**

- Generales
- Escritura
- Lectura
- Comentarios
- Medios
- Enlaces permanentes**
- Privacidad
- Google Analytics Code
- Autooptimize
- Compartir
- Desactivar comentarios
- SSL

Mes y nombre `https://observatoriocibermedios.upf.edu/2020/03/pagina-ejemplo/`

Numérico `https://observatoriocibermedios.upf.edu/archivos/123`

Nombre de la entrada `https://observatoriocibermedios.upf.edu/pagina-ejemplo/`

Estructura personalizada `https://observatoriocibermedios.upf.edu /%postname%`

Etiquetas disponibles:

**Opcional**

Si quieres, puedes introducir aquí estructuras personalizadas para las URLs de etiquetas o categorías. Por ejemplo, usando se  
algo como `https://observatoriocibermedios.upf.edu/secciones/sin-categoria/`. Si dejas esto en blanco, se usar

# SEO asistido – El caso de Yoast SEO

General - Yoast SEO

Escritorio Características Webmaster Tools

### Características

Yoast SEO tiene un montón de características. Puedes activar / desactivar algunas de ellas a continuación. Al hacer clic en el signo de interrogación se muestra más información sobre la característica.

Análisis SEO ?

Activo Inactivo

Análisis de legibilidad ?

Activo Inactivo

Contenido esencial ?

Activo Inactivo

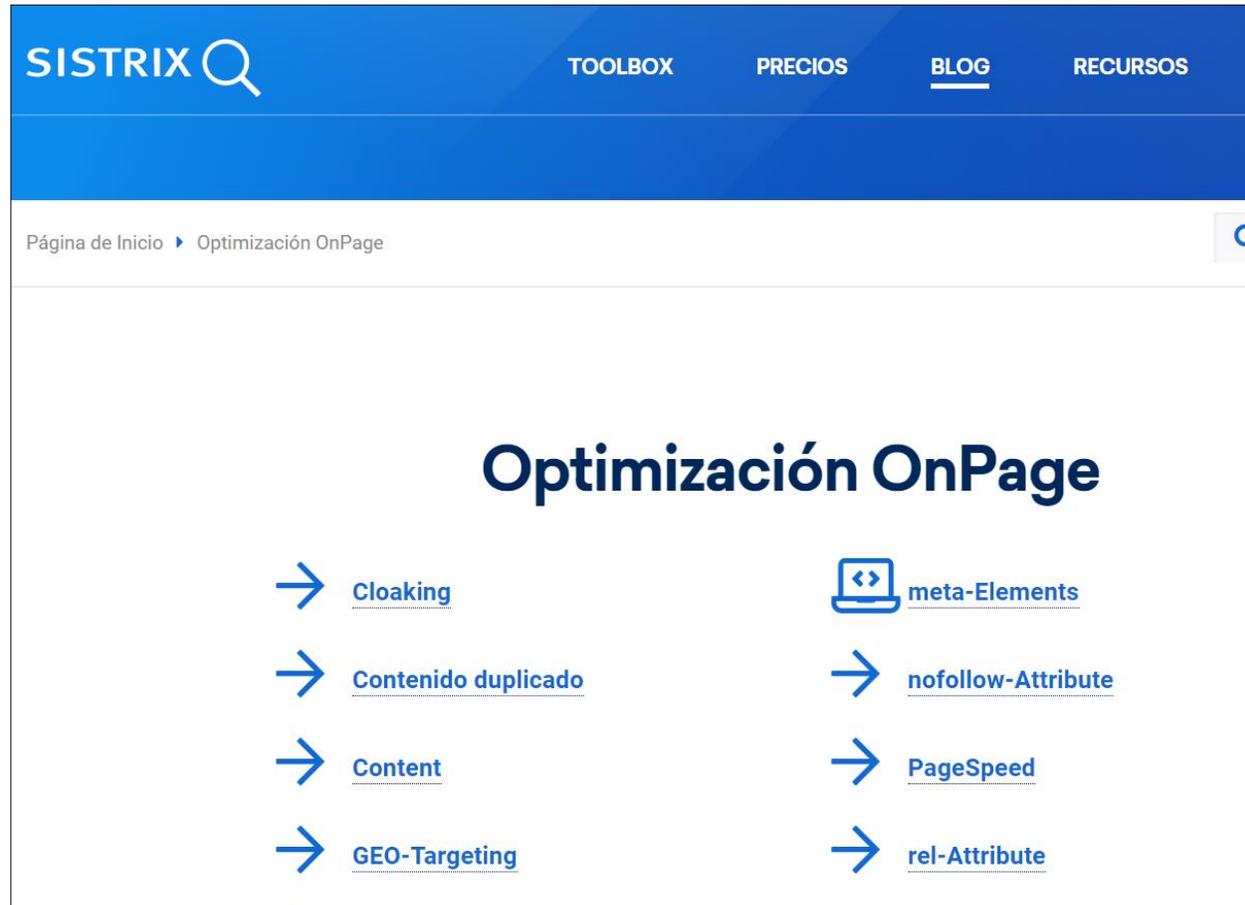
Contador de enlaces en textos ?

Activo Inactivo

Mapas del sitio XML ?

Activo Inactivo

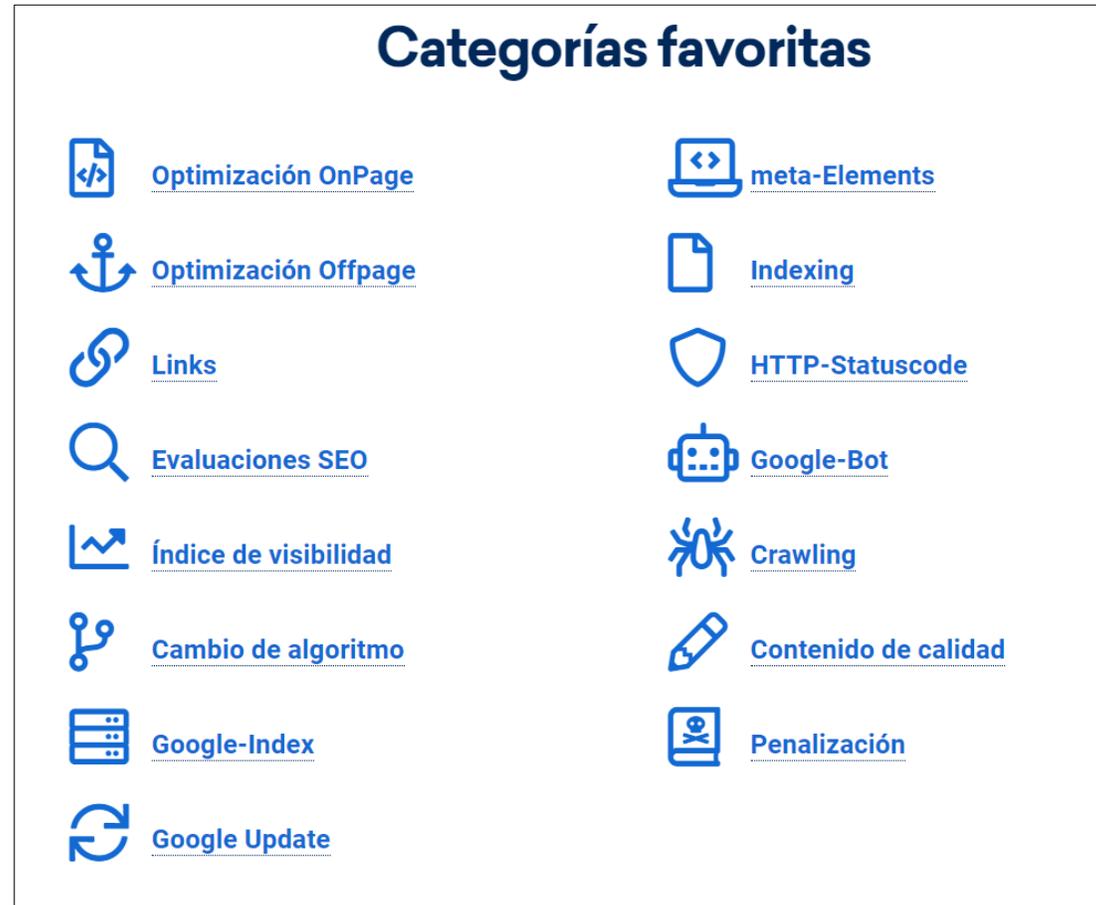
# Recurso: Sistrix Optimización On Page



# Recurso: SEO técnico SEJ Book

The image shows a screenshot of the SEJ Search Engine Journal website. At the top left is the SEJ Search Engine Journal logo. To its right is a navigation menu with links for SEO, PPC, CONTENT, SOCIAL, NEWS, ADVERTISE, and MORE. On the top right, there is a 'TEST YOUR SITE' button with a crown icon and a RSS feed icon. The main content area has a green background with a faint network diagram. On the left side of this area, there are social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Email. The central text reads 'SEJ EBOOK' followed by 'Advanced Technical SEO: A Complete Guide'. Below this text is a 'Download Now >' button. On the right side, there is a preview of the eBook cover. The cover features a woman in a white shirt looking at a tablet. The title on the cover is 'ADVANCED SEO' with the subtitle 'A COMPLETE GUIDE'. Below the title, there are three featured articles: 'How to Use XML SITEMAPS to Boost SEO', '404 VS. SOFT 404 ERRORS: What's the Difference & How to Fix Both', and 'HTTP OR HTTPS? Why You Need a Secure Site'. At the bottom of the cover, it says 'How to Perform an IN-DEPTH TECHNICAL SEO AUDIT' and 'SEJ EBOOK'.

# Recurso: SEO técnico Sistrix



# Componentes del SEO de contenidos



# Componentes del SEO de contenidos

- Una visión holística del SEO de contenidos
  - CONTENIDO: optimización de calidad y visibilidad
  - ENLAZADO INTERNO: navegación semántica
  - TAXONOMÍAS: categorización de contenidos
  - ORGANIZACIÓN DEL SITIO: estructuras de menús
  - METADATOS: optimización de la indexación
  - ANÁLISIS: revisión interactiva de estándares de calidad
  - PLANIFICACIÓN Y DIFUSIÓN: políticas de publicación y planificación

# CONTENIDOS: Entradas vs Páginas

<b>Característica</b>	<b>Entradas</b>	<b>Páginas</b>
Categorías y Etiquetas	SÍ	NO
Fecha y autor	SÍ	NO
Contenido dinámico	SÍ	NO
Página principal	SÍ*	SÍ
Subpáginas	NO	SÍ
Contenido de notificaciones	SÍ	NO
Parte de otros contenidos	SÍ	NO

# CONTENIDOS - Propiedades principales

- **De calidad:** contenidos documentados, editados y revisados.
- **Originales:** contenidos propios (aunque una parte de los mismos procedan de curación).
- **Orientados a los usuarios:** ajustados al triángulo formado por tema, público y objetivos, orientados por intenciones de búsqueda.
- **Multimedia:** deben incorporar imágenes y/o diagramas. Si pueden tener vídeo, ideal.
- **Extensos:** entre 900 y 2000 palabras, aunque depende del tema y del sector.
- **Estructurados:** uso lógico de títulos, párrafos, subtítulos y listas.
- **Semantizados:** con aplicación de metadatos.

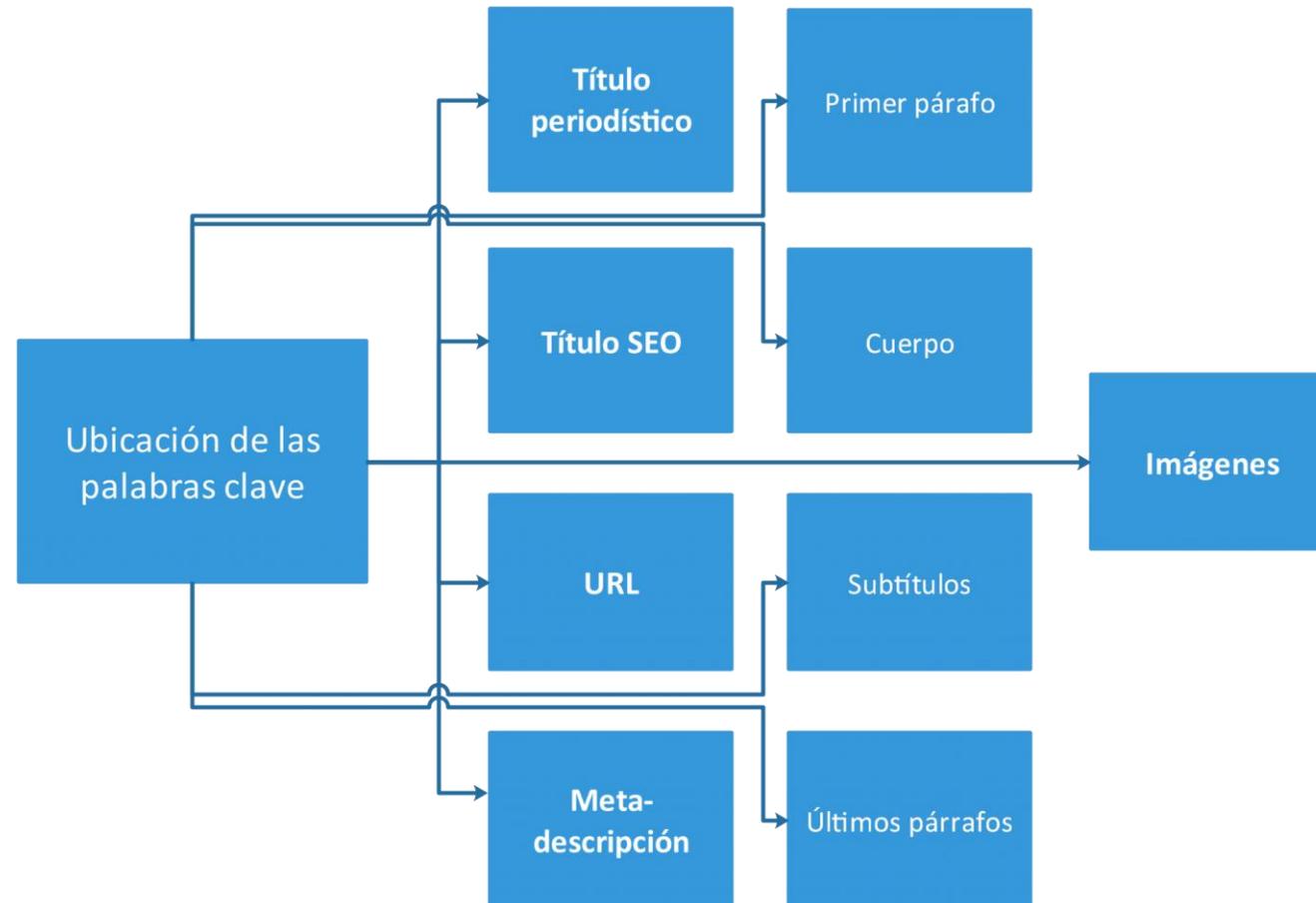
# Recurso: los puntos de dolor



# CONTENIDOS – Legibilidad y optimización

- **Legibles:** estructurados en párrafos cortos, con frases de transición, uso de subtítulos en el cuerpo (h2, h3) y de listas.
- **Creíbles:** bien documentados y con citación de fuentes externas.
- **Optimizados para palabra clave:** uso de palabras clave y sinónimos. Framework > <https://repositori.upf.edu/handle/10230/26040>
- **Tipografía:** muy clara y con contraste óptimo. Siempre al servicio de la lectura, no del adorno.
- **Colores:** siempre al servicio de la legibilidad y el contraste, nunca del adorno.

# CONTENIDOS · Optimización de la palabra clave y/o sinónimos



Recursos: framework de optimización de contenidos (palabras clave)

**Visibilidad y  
Posicionamiento Web  
de Informaciones  
Periodísticas:  
*El Framework SEO-RCP***

# Recurso: Tipografía y color en páginas web



# CONTENIDOS · Snippets (I)

- Principio de la doble titulación
  - Título editorial
    - Etiqueta <h1>: el título visible para los lectores cuando acceden a la entrada en el sitio.
  - Título SEO
    - Etiqueta <title>: el título optimizado cuando la entrada aparece en la SERP de Google.
    - Máximo 70 caracteres (ver análisis SEO).
- Descripción
  - Etiqueta <description>
  - El resumen de la página de resultados de los buscadores
  - Máximo 160 caracteres (ver análisis SEO).

# Ejemplo edición Snippet

https://www.lluiscodina.com › taxonomia-sitio-web

¿Qué es una taxonomía? Sus componentes y cómo se aplica a sitios web

**Taxonomía:** ¿qué es, que componentes tiene y cómo se utiliza en sitios web? Presentación de ejemplos de uso de taxonomías en medios de comunicación.

Editar snippet

Título SEO

Insertar variable del snippet

¿Qué es una taxonomía? Sus componentes y cómo se aplica a sitios web

Slug

taxonomia-sitio-web

Descripción meta

Insertar variable del snippet

Taxonomía: ¿qué es, que componentes tiene y cómo se utiliza en sitios web? Presentación de ejemplos de uso de taxonomías en medios de comunicación.

# Recurso: <title> ideal



The screenshot shows the SISTRIX website header with navigation links: TOOLBOX, PRECIOS, BLOG, RECURSOS (underlined), and SOPORTE. Below the header, there are sub-navigation links: Pregúntale a SISTRIX (underlined), SEO Talks, Seminario, and Herramientas gratis. A breadcrumb trail reads: Página de Inicio > Preguntale a SISTRIX > Optimización OnPage > El elemento título (Title-Tag) > Optimización de... A search bar on the right contains the text 'Buscar sitio web'. The main content area features a large blue heading: 'Optimización del Title-Tag: ¿Cuál es el título óptimo de un sitio Web?' followed by a paragraph: 'La longitud del título no debe exceder los 70 caracteres. El título debe ser formulado para animar a los usuarios a hacer clic en su resultado. Es uno de los 200 factores de posicionamiento en Google.'

# Recurso: <meta description> ideal



The screenshot shows the SISTRIX website interface. At the top, there is a blue navigation bar with the SISTRIX logo and menu items: TOOLBOX, PRECIOS, BLOG, RECURSOS (underlined), and SOPORTE. Below this is a secondary blue bar with links: Pregúntale a SISTRIX (underlined), SEO Talks, Seminario, and Herramientas gratis. A breadcrumb trail is visible: Página de Inicio > Preguntale a SISTRIX > Optimización OnPage > Los elementos Meta (Meta-Tags) > ¿Cómo es... To the right of the breadcrumb is a search bar with a magnifying glass icon and the text 'Buscar sitio web'. The main content area features a large blue heading: **¿Cómo es una Meta-descripción óptima?**. Below the heading is a paragraph of text: 'La longitud de las meta descripciones no debe exceder los 160 caracteres. Una longitud óptima de metadescripción es la que va de 130 a 160 caracteres. El contenido de la meta descripción debe animar al buscador a hacer clic en su resultado. Se recomienda un breve resumen según el principio AIDA.'

# Recurso: La meta descripción perfecta

SEMrush Blog Español ▾

🏆 TOP 10 👑 Columnistas 🔍 Buscar 💬 Enviar opinión

Amplía tus conocimientos: SEO on-page ▾ SEO off-page ▾ SEO internacional ▾ SEO móvil ▾ análisis de palabras clave ▾ SEO local ▾

## ◀ ¡Cómo hacer una meta descripción perfecta para atraer clics!

98

 **Nuria Pérez** 21 de septiembre de 2018



The illustration features a man in a black tuxedo with white gloves, holding a white gift box. To his right is a computer monitor displaying a yellow gift box with a white ribbon and a yellow bow. The background is bright yellow with a pattern of small black dots.

# Recurso: Los mejores títulos para SEO



The screenshot shows the top navigation bar of a website. On the left is the logo 'Borja Girón CONSULTOR SEO'. To its right are menu items: 'Blog', 'Podcast', 'Recursos', 'Cursos', and 'Servicios', each with a downward arrow. On the far right is a red button that says 'CONSIGUE 1.0 ACCEDER'. Below the navigation bar is the article title 'Los 7 mejores TÍTULOS para SEO' in a large, bold, dark blue font. Under the title is a small profile picture of a man in a blue shirt, followed by the text 'Autor: Borja Girón • 27 febrero, 2019 • 4 min. de aprendizaje gratuito'. Below this is a horizontal line, and then the introductory text: '¿No sabes qué títulos escribir en los artículos de tu blog? ¿Nadie hace click en ellos? No te preocupes que voy a darte las claves secretas para multiplicar las visitas de tu blog escribiendo títulos optimizados para SEO.'

**Borja Girón**  
CONSULTOR SEO

Blog  
Podcast  
Recursos  
Cursos  
Servicios

CONSIGUE 1.0  
ACCEDER

## Los 7 mejores TÍTULOS para SEO

 Autor: Borja Girón • 27 febrero, 2019 • 4 min. de aprendizaje gratuito

¿No sabes qué títulos escribir en los artículos de tu blog? ¿Nadie hace click en ellos? No te preocupes que voy a darte las claves secretas para multiplicar las visitas de tu blog escribiendo títulos optimizados para **SEO**.

# Recurso: La etiqueta H1 perfecta



# CONTENIDOS · Snippets (II)

- Slug
  - Parte editable de la URL de la entrada
  - Cuanto más corta mejor
  - Con guiones altos si hay varias palabras
- En todos los casos con utilización de la palabra clave

# Recurso: URL ideal



# Ideas para contenidos (I)

- Para casi cualquier negocio o actividad
  - Tutoriales
  - Manuales
  - Consejos prácticos
  - Guías
- Explotar los contenidos propios
  - Universidades
  - Escuelas
  - Museos
  - ONGs
  - Medios de comunicación

# Ideas para contenidos – (II)

- Generadores de ideas
  - Puntos de dolor
  - Casos de estudio
  - *Round post*
  - *How to post*
  - Listas de recursos
  - Ventajas e inconvenientes
  - Benchmarking
  - Una forma de aprender: “cuando quiero aprender algo, escribo un libro”
- **Curación de contenidos**
  - Forma universal de producir contenidos útiles y de calidad

# Recurso: HubSpot



The image shows a screenshot of a HubSpot blog post. At the top left is the HubSpot logo. To the right of the logo is a navigation menu with the following items: 'Software', 'Precios', 'Recursos', 'Partners', and 'Sobre'. Below the logo is a red horizontal line. Underneath the line, the text 'MARKETING | LECTURA DE 5 MIN.' is displayed. The main title of the post is '10 maneras de obtener ideas para contenidos de tu blog'. Below the title is a circular profile picture of a woman, followed by the text 'Escrito por Sandra Arias Montesinos' and her Twitter handle '@San\_Arias\_'. On the right side of the post, there is a large illustration of a red typewriter with a sheet of paper in the carriage that says 'COPYWRITING'.

# Curación de contenidos

- ¿Qué es?
  - Buscar, monitorizar, seleccionar, editar y publicar informaciones sobre un tema determinado para un público determinado
- Significado estratégico
  - Sistema universal para diseñar una política de contenidos
- Componentes
  - Búsqueda y monitorización
  - Selección
  - Análisis
  - Tratamiento
  - Difusión

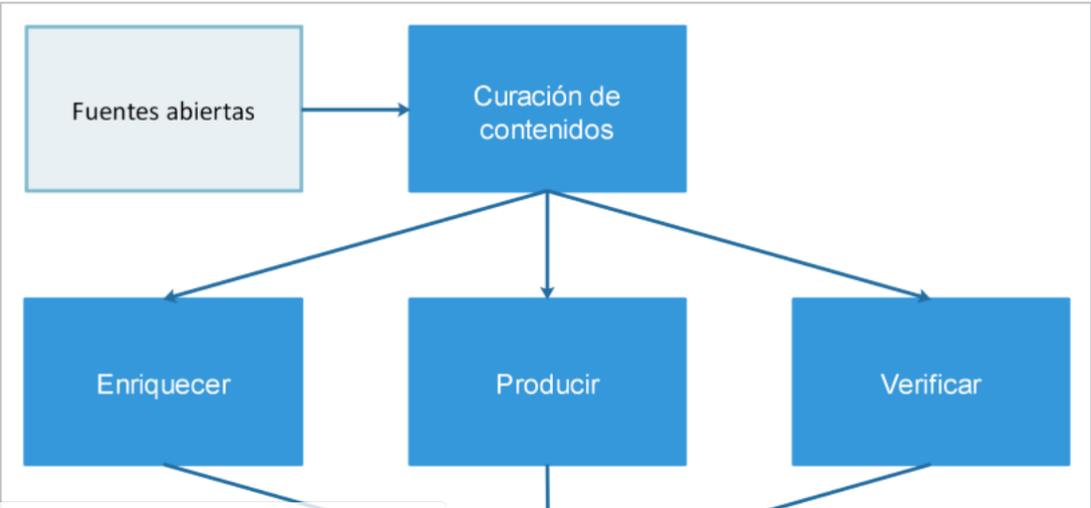
# Recurso: Curación de contenidos

 **Lluís Codina**  
Comunicación, Documentación y SEO

ACADEMIA ▾ CIBERMEDIOS ▾ **DOCUMENTACIÓN ▾** GUÍAS ▾

## Curación de contenidos para periodistas: definiciones, esquemas de trabajo y recursos

10 marzo, 2019 por Lluís Codina



```
graph TD; A[Fuentes abiertas] --> B[Curación de contenidos]; B --> C[Enriquecer]; B --> D[Producir]; B --> E[Verificar];
```

El diagrama muestra un flujo de trabajo para la curación de contenidos. Comienza con un recuadro gris etiquetado como 'Fuentes abiertas', que tiene una flecha que apunta a un recuadro azul etiquetado como 'Curación de contenidos'. Desde 'Curación de contenidos', tres flechas se dirigen hacia abajo a tres recuadros azules: 'Enriquecer', 'Producir' y 'Verificar'.

# Recursos multimedia: bancos de imágenes y vídeos

- Imágenes y vídeos de stock para obtener contenido multimedia
- Macrostock: contenido editorial y creativo
- Microstock: imágenes de bajo coste
- Bancos de imágenes gratuitos

# Recurso: imagen de stock

 **Lluís Codina**  
Comunicación, Documentación y SEO

ACADEMIA ▾ CIBERMEDIOS ▾ DOCUMENTACIÓN ▾ GUÍAS ▾

## Fotografía y vídeo de stock: Guía para profesionales y estudiosos de la comunicación audiovisual · Conceptos + directorio de bancos de imágenes

21 septiembre, 2019 por Lluís Codina



Bancos de imágenes. Caso Flickr. Palabra clave «landscape» filtrada para imágenes CC

# NAVEGACIÓN SEMÁNTICA

- **Enlaces incrustados:** en el cuerpo de la entrada, con frases del contenido como anclaje.
- **Enlaces destacados:** en el cuerpo de la entrada, pero separados del contenido
- **Enlaces al pie:** listas de entradas relacionadas
- **Doble lógica:** entradas antiguas enlazan a entradas nuevas, entradas nuevas contienen enlaces a entradas anteriores relacionadas
- **Software de análisis:** revisión frecuente del enlazados interno

# Recurso: Interlinking

The screenshot shows the Yoast SEO website interface. At the top left is the logo "yoast SEO for everyone". To the right is a search bar with the text "What are you lo". Below the logo is a navigation menu with five items: "Home", "Yoast SEO", "Other plugins", "SEO training", and "SEO blog". A banner above the menu reads "New & free: Block editor training, check it out now!". Below the menu is a breadcrumb trail: "SEO for everyone » SEO blog » Content SEO » Internal linking for SEO: Why and how?". The main heading is "Internal linking for SEO: Why and how?". Below the heading is the date "15 March 2019" and a link to "27 Comments". There are also tags for "Content SEO", "Internal Linking", and "Site Structure". The main content area features a colorful illustration of a person's head with a glowing lightbulb, symbolizing an idea or insight, set against a background of a cityscape and a bridge.

# TAXONOMÍAS (I)

- Mantienen unidos contenidos del mismo tema
- Taxonomías nativas en WordPress:
  - Categorías > pueden tener subcategorías
  - Etiquetas
- Usos:
  - Permiten estructurar el sitio
    - Estructuras de silo
    - Componentes de los menús
  - Contenidos relacionados
  - Mapa del sitio
  - Nubes de etiquetas
- Aumentan el tiempo de permanencia
- Fidelizan a la audiencia
- Combaten la canibalización de palabras clave

# TAXONOMÍAS (II)

- **Categorías**

- Una decena o poco más
- Autoexcluyentes
- Evidentes

- **Subcategorías**

- Permiten estructurar las categorías
- Un solo nivel
- Máximo una decena por categoría

# TAXONOMÍAS (III)

- **Etiquetas**

- Caracterizan el contenido a un nivel más específico
- Unas cuantas decenas, posiblemente, un centenar o poco más.

- **Aplicación**

- Categorías: idealmente, 1 por entrada
- Etiquetas: entre 2y 4 por entrada

- **Indexación**

- Categorías: Sí
- Etiquetas: según su contexto (evitar thin content)

# Recurso: taxonomías en sitios web



# ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- **Sistema de menús**
  - Menú principal
  - Submenús
  - Menú(s) complementario(s)
  - Menús al pie
- **Hilo de Ariadna**
- **Entradas relacionadas**
- **Categorías**
- **Nubes de etiquetas**
- **Buscador interno**

# Recurso: organización de la información

**Lluís Codina**  
Comunicación, Documentación y SEO

ACADEMIA ▾ CIBERMEDIOS ▾ DOCUMENTACIÓN ▾ GUÍAS ▾

## Cómo organizar la navegación de un sitio web con las Categorías de WordPress: fundamentos y aplicación

13 mayo, 2019 por Lluís Codina

**Taxonomía**

- Categoría 1
- Categoría 2
- Categoría 3
- Categoría 4
- Categoría 5
- Categoría 6

Web Page

Menú principal

Menú secundario

Navegación semántica

Menú complementario

# ANÁLISIS · Edición

- No se concibe la edición de contenidos sin el uso de un analizador interactivo
- Plugins más importantes:
  - Yoast SEO
  - Rank Math
- Niveles de análisis:
  - SEO
  - Legibilidad
- Beneficios adicionales
  - Metadatos para redes sociales
  - Control de enlazado interno
  - Redireccionamientos
  - Sitemaps
  - Robots.txt

# Análisis SEO interactivo: Yoast SEO

^ Problemas (2) ←

- **Distribución de frase clave:** Muy desigual. Grandes partes de tu texto no contienen la frase clave o sus sinónimos. [Distribúyelas de manera más uniforme.](#)
- **Frase clave en subtítulo:** ¡Usa más frases clave o sinónimos en tus subtítulos de nivel superior!

^ A mejorar (1) ←

- **Atributos alt de imágenes:** De 11 imágenes en esta página, sólo 3 tienen atributos alt que reflejan el tema de tu texto. [¡Añade tu frase clave o sinónimos a las etiquetas alt de las imágenes más relevantes!](#)

^ Buenos resultados (12) ←

- **Enlaces salientes:** ¡Buen trabajo!
- **Enlaces internos:** Tienes suficientes enlaces internos. ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en la introducción:** ¡Bien hecho!
- **Longitud de la frase clave:** ¡Buen trabajo!
- **Densidad de frase clave:** La frase clave objetivo se ha encontrado 13 veces ¡Eso está genial!
- **Frase clave en la meta description:** La frase clave objetivo o el sinónimo aparece en la meta description. ¡Bien hecho!
- **Longitud de la meta description:** ¡Bien hecho!
- **Frase clave usada previamente:** No has usado antes esta frase clave objetivo, muy bien.
- **Longitud del texto:** El texto contiene 1523 palabras. ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en el título:** La frase clave objetivo exacta aparece al principio del título SEO. ¡Buen trabajo!
- **Ancho del título SEO:** ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en el slug:** ¡Fantástico trabajo!

# Recursos: principales plugins

- SEO
  - [Yoast SEO](#)
  - [Rank Math](#)
- [Jetpack](#)
  - Suscripciones
  - Redes sociales
  - Contenidos relacionados
  - Explotación de las taxonomías
  - Seguridad (básica)
- Otros
  - Un plugin de seguridad, p.e. iThemes
  - Plugin de copias de seguridad o servicio contratado con el hosting
  - Plugin de optimización, p.e. Autoptimize, o servicios equivalentes del hosting
  - A considerar: un plugin para eliminar comentarios, p.e. Disable comments

# ANÁLISIS · Rendimiento

- Lo lógico es realizar análisis también de rendimiento de las entradas
- Herramientas de administrador del propio sitio:
  - Google Search Console
  - Google Analytics
- Herramientas de análisis global y de la competencia. “Los cuatro grandes”:
  - Sistrix
  - SEMrush
  - Ahrefs
  - Moz

# METADATOS

- Edición sistemática de los metadatos para cada entrada
  - Metadatos HTML
    - Title
    - Description
  - Metadatos Twitter
  - Metadatos Facebook
  - Metadatos imágenes
    - Título (caption)
    - Texto alternativo
    - Nombre del fichero
- Uso de schema.org
  - Mediante tema
  - Mediante plugins

# Metadatos: ejemplo edición de una entrada con Yoast SEO

https://www.lluiscodina.com > seo-academico-2020

SEO académico 2020: componentes principales y ámbitos de actuación

Presentación preparada con motivo de una sesión sobre **SEO académico** en el Instituto de Ciencias la Educación de la Universitat d'Alacant.

UPF Universitat Pompeu Fabra  
MARE Program Group  
for Digital Communication and Information Communication

SEO ACADÉMICO  
onentes principales y ámbit  
actuación

Lluís Codina (UPF)  
Universitat d'Alacant  
Enero 2020

Editar snippet

Título SEO  

SEO académico 2020: componentes principales y ámbitos de actuación

Slug

seo-academico-2020

Descripción meta  

Presentación preparada con motivo de una sesión sobre SEO académico en el Instituto de Ciencias la Educación de la Universitat d'Alacant.

# Recurso: metadatos para SEO de contenidos



**Lluís Codina**  
Comunicación, Documentación y SEO

ACADEMIA ▾ CIBERMEDIOS ▾ DOCUMENTACIÓN ▾ GUÍAS ▾

## SEO de contenidos para periodistas (1) · Metadatos, título y descripción de la noticia

9 septiembre, 2019 por [Lluís Codina](#)



**Dunkerque** Christopher Nolan: «Mi abuelo murió en **Dunkerque**, crecí con su historia»  
Al ritmo de las manecillas del reloj, el cineasta Christopher Nolan (Londres, 1970) ...  
ABC » 15 h



**'Dunkerque'**, en el centro de la pesadilla  
Se conoce como 'milagro de **Dunkerque**' a la campaña militar que, durante la segunda guerra mundial, consiguió evacuar de la costa de Francia a más de ...  
El Periódico » 1 día(s)



Taquilla USA: **Dunkerque** consigue el nº1 y se postula como candidata a los Oscar  
**Dunkerque** ha conseguido el primer puesto de la taquilla USA con claridad, ...  
cines.com » 24 m

Cuatro películas (más) para conocer la Evacuación de **Dunkerque**  
cinemania.elmundo.es » 24 m

Taquilla USA: **Dunkerque** consigue el nº1 y se postula como ...  
cines.com » 24 m

**'Dunkerque'**, de Christopher Nolan, el estreno del año  
Marca » 5 h

10 imágenes reales de El milagro de **Dunkerque** que inspiró a ...  
Europa Press » 6 h

**'Dunkerque'** llega con toda su artillería dispuesta a arrasar  
Republica.com » 7 h

Si los buscadores pueden interpretar y ofrecer noticias en sus resultados es gracias a la presencia de metadatos en las mismas

# Anatomía de la entrada perfecta (I)

- Extensión: 900 -2000 palabras (aunque depende del sector)
- Estructurada en párrafos cortos de no más de 3 o 4 líneas cada párrafo
- Con uso de espacios negativos (blancos)
- Estructurada con un uso lógico de los encabezamientos (h1, h2, h3...)
- Con uso de imágenes, diagramas o vídeos
- Con uso de subtítulos cada 300 palabras
- Con uso de frases de transición
- Con uso de listas

# Anatomía de la entrada perfecta (II)

- Con enlaces internos
- Con enlaces externos
- Distribución estratégica y sinónimos de palabras clave en:
  - Título principal (h1)
  - Cuerpo (body)
  - Subtítulos (h2, h3)
  - URL (slug)
  - Metadatos
  - Imágenes
  - La mayor parte de indicadores de Yoast SEO o Rank Math aprobados

# PLANIFICACIÓN Y DIFUSIÓN (I)

- Política de contenidos
  - Temas
  - Autores
  - Calendario de publicaciones
- Proceso
  - Documentación
  - Redacción
  - Revisión
  - Chequeo SEO
  - Programación

# PLANIFICACIÓN Y DIFUSIÓN (II)

- Difusión
  - Publicación programada
  - Distribución automática en redes sociales
  - Distribución subscriptores
  - Boletines
  - Listas de correos
  - Etcétera: no hay una lista cerrada
- Contenido siempre renovado
  - Nuevas entradas frecuentemente
  - Actualización sistemáticas de las entradas con más de 2 años

# Frecuencia · Datos empíricos (no sistemáticos)

- El número de entradas correlaciona de forma directa con el tráfico
- Una Entrada x mes = rango de las 10 mil visitas al mes
- Varias entradas al mes = rango de las 40 mil visitas al mes
- Varias entradas al día = rango de las 70 mil visitas al mes

# 6 de las mejores fuentes para SEO de contenidos y SEO On Page

Atención a las **Newsletters**

# Blog de Sistrix

**SISTRIX** 

TOOLBOX PRECIOS BLOG RECURSOS SOPORTE

RSS Feed

Página de Inicio ▶ Blog

## Blog

### La próxima generación de análisis de SERPs

Los resultados de búsqueda de Google son más diversos que nunca: además de los rankings de búsqueda orgánica, hay...

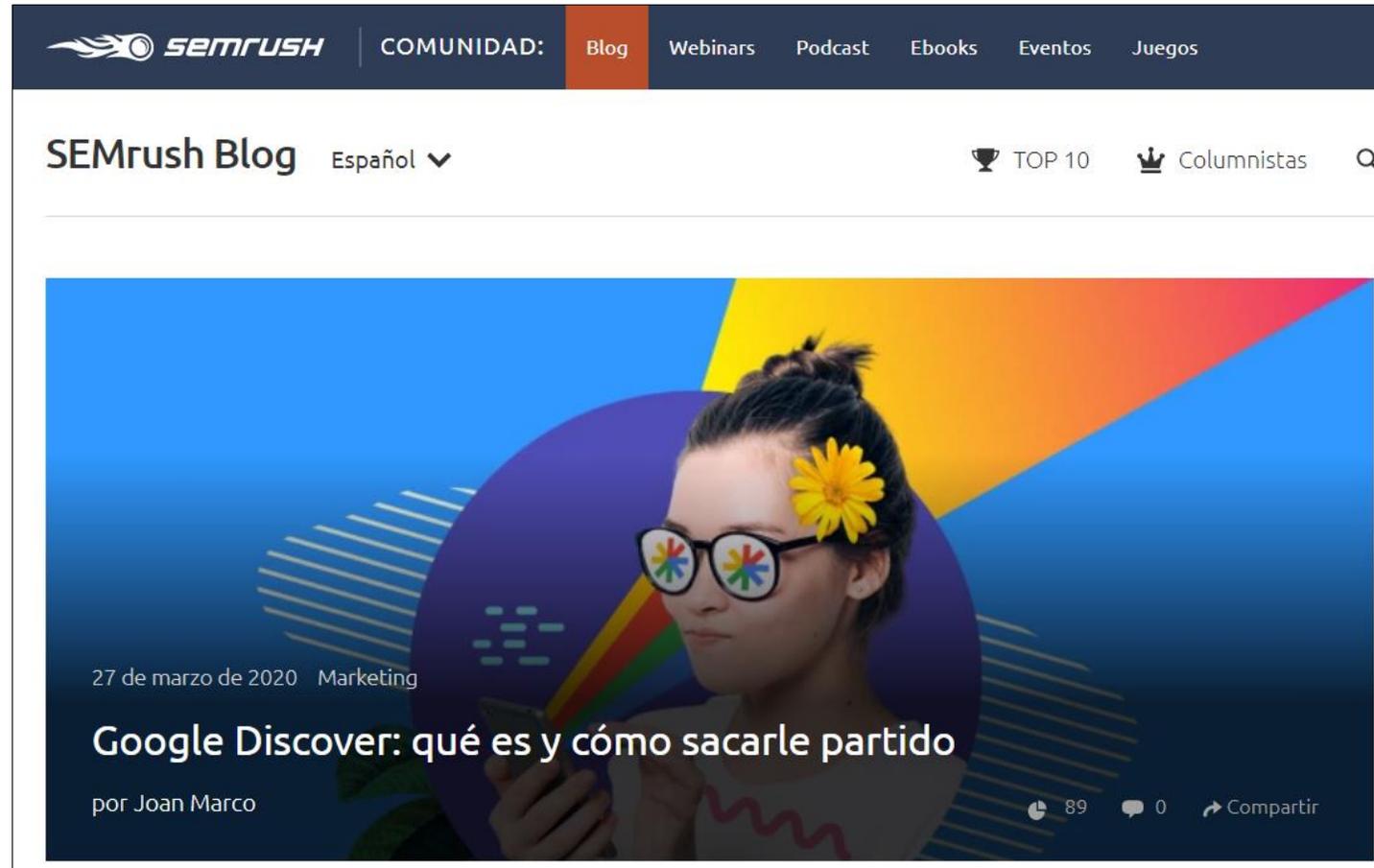
### Nuestros seminarios continúan, online

Nuestros talleres han tenido que ser cancelados debido a la actual situación del Coronavirus. Debemos ayuda...

### La Newsletter de SISTRIX

Para suscribirte al boletín SISTRIX, introduce tu dirección de correo electrónico.

# Blog SEMrush



# Blog de Ahrefs



The image is a screenshot of the Ahrefs blog homepage. It features a blue header with the 'ahrefs blog' logo on the left and a descriptive paragraph on the right. The main title 'El blog de Ahrefs' is centered in white. Below it, a subtitle describes the content. A small orange icon is centered below the subtitle. The main article title 'Hreflang: la Guía Fácil para Principiantes' is in blue, with the author's name and date below it.

**ahrefs** blog

Presentado por *Ahrefs*, un set data-driven de herramientas de marketing, sustentado por un enorme índice de backlinks, contenido y palabras clave

## El blog de Ahrefs

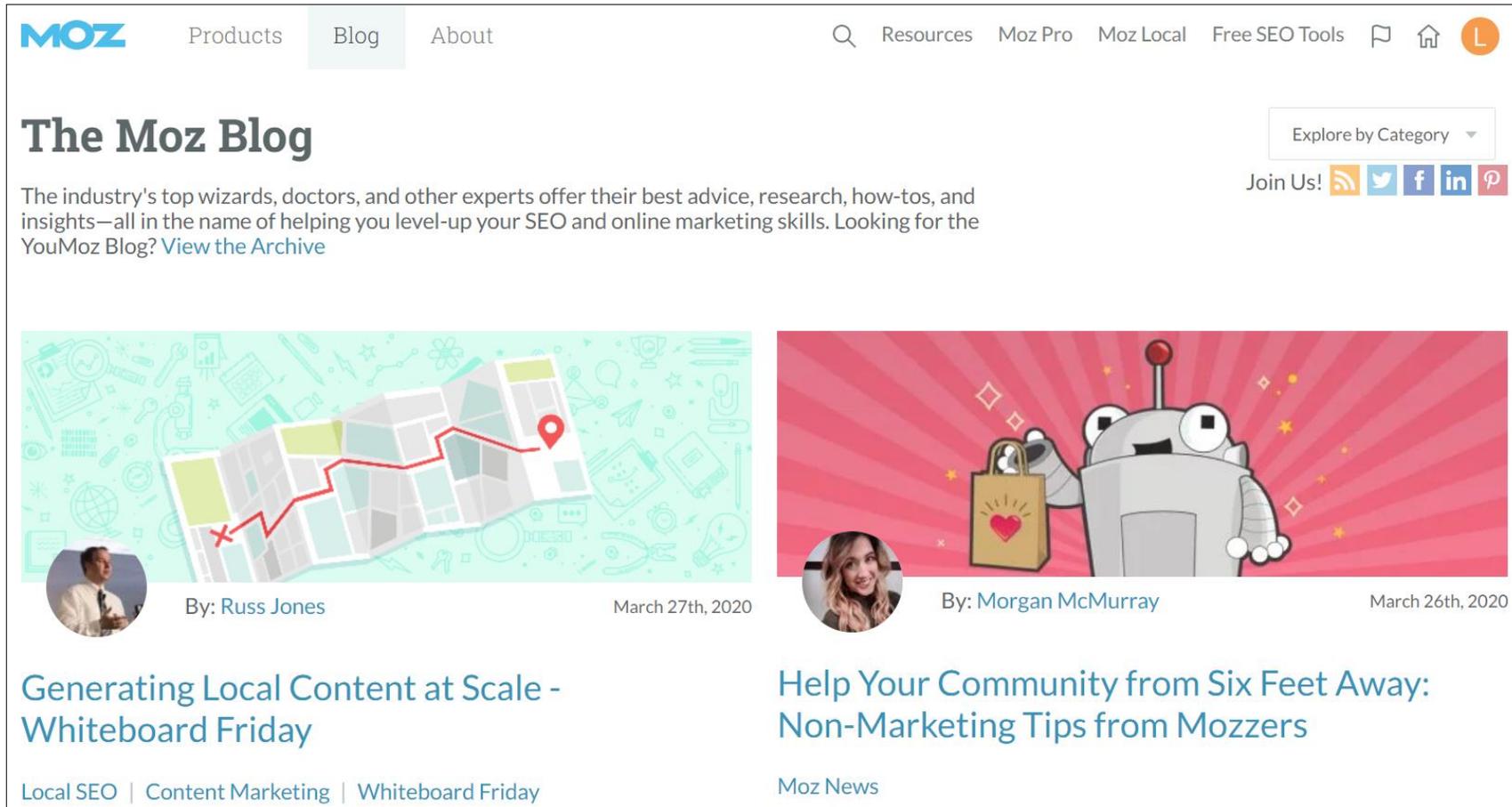
Te ayudamos a mejorar en SEO y marketing: tutoriales detallados, estudios de caso y notas de opinión de profesionales del marketing y expertos de la industria

GENERAL SEO, TECHNICAL SEO

### Hreflang: la Guía Fácil para Principiantes

 Joshua Hardwick March 7, 2020

# Blog de MOZ



The screenshot shows the MOZ Blog homepage. At the top, there is a navigation bar with the MOZ logo, links for Products, Blog, and About, a search icon, and links for Resources, Moz Pro, Moz Local, and Free SEO Tools. There are also icons for a flag, a home page, and a user profile. Below the navigation bar, the main heading is "The Moz Blog". To the right of this heading is a dropdown menu labeled "Explore by Category" and social media icons for RSS, Twitter, Facebook, LinkedIn, and Pinterest. A paragraph of text describes the blog's content: "The industry's top wizards, doctors, and other experts offer their best advice, research, how-tos, and insights—all in the name of helping you level-up your SEO and online marketing skills. Looking for the YouMoz Blog? [View the Archive](#)". Below this text are two featured blog posts. The first post is titled "Generating Local Content at Scale - Whiteboard Friday" by Russ Jones, dated March 27th, 2020. The second post is titled "Help Your Community from Six Feet Away: Non-Marketing Tips from Mozzers" by Morgan McMurray, dated March 26th, 2020. The first post's image shows a whiteboard with a red line graph and various icons. The second post's image shows a cartoon robot holding a shopping bag with a heart on it.

**MOZ** Products Blog About

Resources Moz Pro Moz Local Free SEO Tools

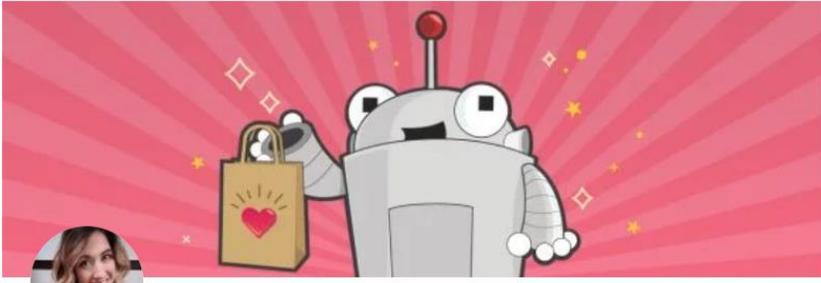
## The Moz Blog

Explore by Category

Join Us!     

The industry's top wizards, doctors, and other experts offer their best advice, research, how-tos, and insights—all in the name of helping you level-up your SEO and online marketing skills. Looking for the YouMoz Blog? [View the Archive](#)

 By: Russ Jones March 27th, 2020

 By: Morgan McMurray March 26th, 2020

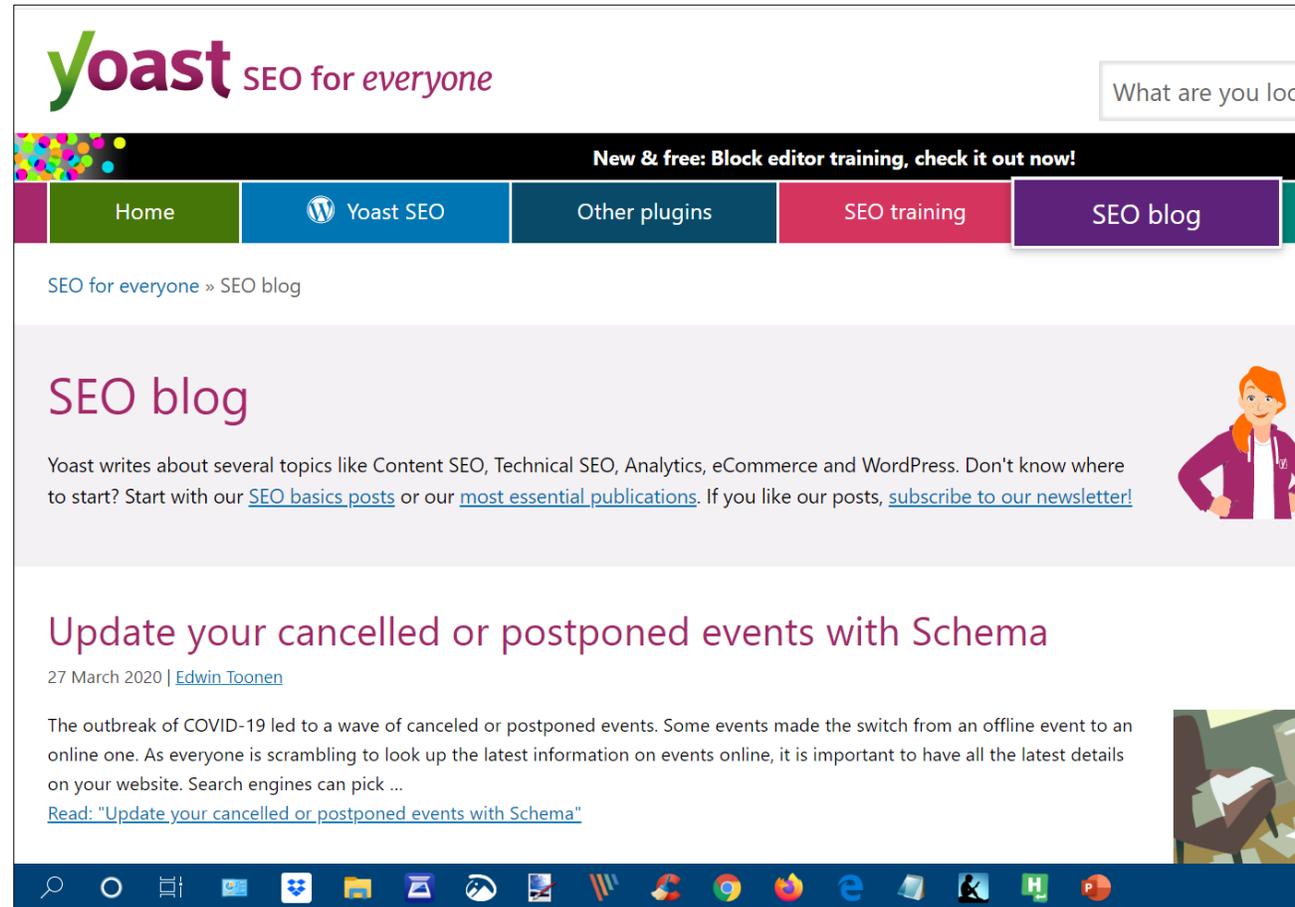
**Generating Local Content at Scale - Whiteboard Friday**

Local SEO | Content Marketing | Whiteboard Friday

**Help Your Community from Six Feet Away: Non-Marketing Tips from Mozzers**

Moz News

# Blog de Yoast SEO



The screenshot shows the Yoast SEO website's navigation and content. At the top left is the Yoast logo with the tagline "SEO for everyone". To the right is a search bar with the text "What are you loo". Below this is a black banner with the text "New & free: Block editor training, check it out now!". The main navigation menu includes "Home", "Yoast SEO", "Other plugins", "SEO training", and "SEO blog". The "SEO blog" link is highlighted. Below the navigation is a breadcrumb trail: "SEO for everyone » SEO blog". The main heading is "SEO blog", followed by a paragraph of introductory text and a link to "subscribe to our newsletter!". A cartoon illustration of a woman is on the right. The featured article is titled "Update your cancelled or postponed events with Schema", dated "27 March 2020 | Edwin Toonen". The article text discusses the impact of COVID-19 on events and the importance of schema for search engines. A link to "Read: 'Update your cancelled or postponed events with Schema'" is provided. A small image of a desk and chair is on the right. At the bottom is a Windows taskbar with various application icons.

# Blog HubSpot

Español | Contacta con nosotros

Inicio sesión Comenzar ahora

HubSpot Software Precios Recursos Partners Sobre nosotros

Publicaciones más populares

6 Maneras en las que tu rutina antes de dormir afecta tu productividad  
MARKETING | LECTURA DE 7 MIN.

Los mejores 6 programas para videoconferencias en 2020  
VENTAS | LECTURA DE 8 MIN.

Cómo ganar la confianza del cliente en e-commerce  
GESTIÓN DE CLIENTES | LECTURA DE 7 MIN.

Publicaciones recomendadas

# Bonus 1: la *web companion* de L. Codina



**Lluís Codina**  
Comunicación, Documentación y SEO

ACADEMIA ▾ CIBERMEDIOS ▾ DOCUMENTACIÓN ▾ GUÍAS ▾

## SEO de contenidos

El SEO de contenidos también suele denominarse SEO OnPage o SEO de factores internos, porque es el que queda bajo el control total de los autores o responsables de un sitio. Se considera el factor más importante de posicionamiento.

**Funciones de la investigación de palabras clave**

- Conocer el interés de búsqueda de un tema
- Identificar temas relacionados
- Identificar los términos más usados
- Conocer la estacionalidad de un tema

**Como crear un sitio web en 2020 a coste cero con WordPress.com:**

**Investigación de palabras clave para periodistas · Fundamentos y uso de**

# Bonus 2: la *web companion* de C. Lopezosa



**CARLOS LOPEZOSA**

ARTÍCULOS ▾    CAPÍTULOS Y LIBROS ▾    CONGRESOS Y PREPRINTS ▾    MATERIAL DOCENTE    RECURSOS

## SEO y cibermedios: De la empresa a las aulas [Reseña]

marzo 27, 2020

Comunicar, nº 63, v. XXXVIII, 2020 | Revista Científica de Educomunicación | ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293  
www.revistacomunicar.com | www.comunicarjournal.com



### SEO y cibermedios: De la empresa a las aulas

SEO and the digital news media: From the workplace to the classroom



 Dr. Carlos Lopezosa es Investigador del Grupo DigiDoc del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona (España) (carlos.lopezosa@upf.edu)

# Más información · Categorías relacionadas (sitio LCodina)

- [WordPress](#)
- [SEO](#)
- [SEO de contenidos](#)
- [Bancos de imágenes](#)
- [Curación de contenidos](#)
- [Taxonomías](#)

# Anexo · SEO de contenidos como parte del SEO On Page

## SEO ON PAGE

- SEO técnico
- Investigación de palabra clave
- Interlinking
- Arquitectura de la información
- **SEO de contenidos**
  - Política de publicaciones
  - Estándares de calidad en la redacción digital
  - Utilización de componentes multimedia
  - Optimización de contenidos
  - Enlazado semántico
  - Metadatos y visibilidad de los contenidos
  - Taxonomías y estructuras de menús

---

Clave: gris=SEO On Page | azul claro: SEO de contenidos | gris: zona de solapamiento

# Referencias académicas sobre SEO de contenidos / SEO On Page

- **Codina, Lluís; Iglesias-García, Mar; Pedraza-Jiménez, Rafael; García-Carretero, Lucía (2016).** *Search engine optimization and online journalism: The SEO-WCP framework*. Barcelona: UPF. Departamento de Comunicación. Serie Editorial DigiDoc. [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/26098/codina\\_search\\_2016.pdf](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/26098/codina_search_2016.pdf)
- **Codina, L., Iglesias-García, M.; Pedraza R., & García- Carretero, L. (2016).** [Visibilidad y posicionamiento web de informaciones periodísticas: el framework SEO-RCP](#). Barcelona: Serie editorial DigiDoc-UPF.
- **Codina L, Gonzalo-Penela C, Pedraza-Jiménez R, Rovira C. (2017)** Posicionamiento web y medios de comunicación ciclo de vida de una campaña y factores SEO. Barcelona: Serie Digital Digidoc. Proyecto Comunicación Interactiva, 2017.
- **Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís; Freixa, Pere (2018).** *Seo y comunicación audiovisual: análisis comparativo de portales de vídeo bajo demanda*. Serie DigiDoc-EPI, n. 3. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación; Ediciones Profesionales de la Información SL. ISBN: 978 84 09 02431 5
- **Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís (2018).** Análisis de posicionamiento en medios de comunicación con herramientas SEO. Cobertura informativa de los premios OSCAR 2017. Serie DigiDoc-EPI, n. 2. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación; Ediciones Profesionales de la Información SL. ISBN: 978 84 697 8798 4

# Referencias académicas sobre SEO de contenidos / SEO On Page

- **Lopezosa, C.; Codina, L.; Caldera-Serrano, J.** (2018). «SEO semántico: Framework ISS para la optimización de sitios intensivos en contenidos». *Cuadernos de Documentación Multimedia*, v. 29, n. 1, Junio 2018. Acceso en: <http://revistas.ucm.es/download>. DOI <http://dx.doi.org/10.5209/CDMU.60607>
- **Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís; Gonzalo-Penela, Carlos** (2018). “Off-page SEO and link building: General strategies and authority transfer in the digital news media”. *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, e280107. <https://doi.org//10.3145/epi.2019.ene.07>
- **Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís; Pérez-Montoro, Mario.** (2019) «SEO and Digital News Media: Visibility of Cultural Information in Spain’s Leading Newspapers». *Tripodos*, n, 44, 2019, p. 41-61. Access: <http://www.tripodos.com/index.php/Facultat Comunicacio Blanquerna/article/view/618/699>
- **Lopezosa, C., Orduna-Malea, E & Pérez-Montoro, M.** (2019): “Making Video News Visible: Identifying the Optimization Strategies of the Cybermedia on YouTube Using Web Metrics”, *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2019.1628657 To link to this article: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628657>
- **Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís; López-García, Guillermo; Corbella-Cordomi, Juan-María** (2020). “Mapa de visibilidad y posicionamiento en buscadores de los principales grupos mediáticos españoles”. *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290203. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.03>
- **Lopezosa, C.; Iglesias-García, M.; González-Díaz, C.; Codina, L.** (2020). Experiencia de búsqueda en cibermedios: análisis comparativo de diarios nativos digitales. *Revista Española de Documentación Científica*, 43 (1), e254. <https://doi.org/10.3989/redc.2020.1.1677>
- **Lopezosa, C.; Codina, L.; Díaz-Noci, J.; Ontalba, J.** (2020). SEO and the digital news media: From the workplace to the classroom. [SEO y cibermedios: De la empresa a las aulas]. *Comunicar*, 63. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-06>

# Referencias académicas sobre curación de contenidos

- **Codina, Lluís; Guallar, Javier** (2019) «Cura de continguts i fonts d'informació obertes per a comunicadors: relacions estratègiques en un periodisme de qualitat». *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*. 2019; 36(2):71-86. DOI: 10.2436/20.3008.01.185
- **Codina, L.** (2018). Curación de contenidos para periodistas: definición, esquema básico y recursos. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Facultat de Comunicació, Àrea de Formats Digitals i Interactius [en línia]. [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/34369/Codina\\_cura.pdf](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/34369/Codina_cura.pdf)
- **Codina, L.** (2019). Curación de contenidos para periodistas: fuentes documentales abiertas y herramientas de explotación gratuitas. [en línia]. <https://www.lluiscodina.com/curacion-de-contenidos-periodistas-2/>
- **Guallar, J.** (2014). «Content curation en periodismo (y en documentación periodística)». Hipertext.net, núm. 12 <https://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/275781/364534>
- **Guallar, J.** (2017a). «Artículos de curación de contenidos. Categorías y ejemplos». Anuario ThinkEPI, vol. 11, p. 210-216, 2017 [en línia]. <http://eprints.rclis.org/31800/>
- **Guallar, J.** (2017b). «Content curation in digital media: Between retrospective and real-time information». A: Campos, F.; Rúas-Araújo, X.; Martínez Fernández, V.-A.; López García, X. (ed.). *Media and Metamedia Management*. Nova York: Springer International Publishing, p. 37-46.
- **Guallar, J.; Codina, L.** (2018). «Journalistic content curation and news librarianship: differential characteristics and necessary convergence». *El Profesional de la Información*, vol. 27, núm. 4, p. 778-791 [en línia]. [Consulta: 7 maig 2019].

# Forma de citación

- Codina, Lluís; Lopezosa, Carlos (2020). *SEO de contenidos: conceptos, componentes y guía de recursos 2020*. Barcelona: BSM-UPF. Máster Universitario Online en Buscadores [presentación en pdf].
- 
- Acceso: disponible en el repositorio UPF y sitios web de los autores.