



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Just, Brenda

Experiencias sobre posicionamiento web y prácticas SEO en la Biblioteca Laura Manzo



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Just, B. Gutiérrez, C. y Menegaz, G., (noviembre, 2019). *Experiencias sobre posicionamiento web y prácticas SEO en la Biblioteca Laura Manzo. Ponencia presentada en las 17ª Jornada sobre la Biblioteca Digital Universitaria, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes* <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2229>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

17ª Jornada sobre la Biblioteca Digital Universitaria "Diversidad en los servicios, servicios para la diversidad" 7 y 8 de noviembre de 2019 Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Título: Experiencias sobre posicionamiento web y prácticas SEO en la Biblioteca Laura Manzo

Autores:

Brenda Just: Jefa del Departamento Servicios al Usuario. Biblioteca Laura Manzo. Universidad Nacional de Quilmes. brenda.just@unq.edu.ar

Carla Gutiérrez: Jefa del Departamento Procesos Técnicos. Biblioteca Laura Manzo. Universidad Nacional de Quilmes. carla.gutierrez@unq.edu.ar

Guillermo Menegaz: Director General. Biblioteca Laura Manzo. Universidad Nacional de Quilmes. gmenegaz@unq.edu.ar

Resumen:

La actividad de posicionamiento web y optimización en motores de búsqueda SEO (Search Engine Optimization) se está integrando paulatinamente al quehacer del bibliotecario en la última década. Dado que más del 90% del tráfico de Internet es administrado por los motores de búsqueda, resulta esencial explorar el potencial de los mismos y contribuir desde nuestra actividad profesional a mejorar la experiencia de búsqueda del usuario.

Tiempo atrás si se deseaba que Google indexara el sitio o producto web, con sólo ingresar la URL en un cuadro de texto, éste se comprometía a realizar la actividad en breve a partir del enlace enviado. Progresivamente la tarea se fue complejizando, surgiendo primero el servicio denominado Herramientas para Webmasters (Google Webmaster Tools) y luego desde el 2015 continuando como Google Search Console (Consola de búsqueda de Google). Estas herramientas posibilitan comprobar el estado de indexación y optimizar la visibilidad de nuestro sitio web. Como consecuencia de estos cambios, hoy al insertar en la web un nuevo producto o servicio, resulta imprescindible incorporar el conocimiento en el manejo de este tipo de herramientas para lograr que Google posicione nuestros contenidos.

El presente trabajo expone cómo se incursionó en esta tarea ante la necesidad de visibilizar un nuevo producto: el Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad

Nacional de Quilmes RIDAA-UNQ, y cómo esta nueva práctica propició replicar el procedimiento en todos los productos y servicios web de la Biblioteca, originando un enriquecimiento y mejora en los contenidos, descripciones y metadatos, además de advertir y corregir errores en los mismos. También permitió con la incorporación de herramientas de monitoreo como Google Analytics, visualizar la actividad del sitio Web (WordPress), el OPAC del Sistema Integrado de Gestión Bibliotecaria (Koha), el Servicio de descubrimiento (Vufind), el Archivo FVR de la Biblioteca (AtoM) y por supuesto el RIDAA-UNQ (DSpace). En conclusión se describen las experiencias desde la Biblioteca Laura Manzo de la Universidad Nacional de Quilmes en esta nueva tarea vinculada a nuestra actividad.

Palabras claves:

Posicionamiento web, Optimización de sitios web, Herramientas de posicionamiento, Motores de búsqueda, Optimización para motores de búsqueda

Title: Experiences about web positioning and SEO practices at the Laura Manzo Library

Authors:

Brenda Just: Head of the User Services Department. Laura Manzo Library. National University of Quilmes. brenda.just@unq.edu.ar

Carla Gutiérrez: Head of the Technical Processes Department. Laura Manzo Library. National University of Quilmes. carla.gutierrez@unq.edu.ar

Guillermo Menegaz: General Manager. Laura Manzo Library. National University of Quilmes. gmenegaz@unq.edu.ar

Abstract:

SEO (Search Engine Optimization) is gradually being integrated into the work of the librarian in the last decade. Given that more than 90% of Internet traffic is managed by search engines, it is essential to explore their potential and contribute from our professional activity to improve the user's search experience.

Some time ago, if you wanted Google to index the website or web product, by simply entering the URL in a text box, Google committed to carry out the activity shortly from the link sent. Progressively the task became more complex, first the service called Webmaster Tools (Google Webmaster Tools) and then from 2015 continuing as Google Search Console. These tools make it possible to check the indexing status and optimize the visibility of our website. As a consequence of these changes, today when inserting a new product or service on the web, it is essential to incorporate knowledge in the handling of this type of tools to ensure that Google positions our content.

This work explains how this task was undertaken in view of the need to make a new product visible: the Open Access Digital Institutional Repository of the National University of Quilmes RIDAA-UNQ, and how this new practice led to replicate the procedure in all products and web services of the Library, leading to enrichment and improvement in content, descriptions and metadata, as well as warning and correcting errors in them. It also allowed with the incorporation of monitoring tools such as Google Analytics, to visualize the activity of the Web site (WordPress), the OPAC of the Integrated Library Management System (Koha), the Discovery Service (Vufind), the FVR Archive of the Library (AtoM) and of course the

RIDAA-UNQ (DSpace). In conclusion, we describe the experiences of the Laura Manzo Library of the National University of Quilmes in this new task related to our activity.

Keywords:

Web Positioning, Website Optimization, Positioning Tools, Search Engines, Search Engine Optimization

Introducción y algunos conceptos

La Biblioteca Laura Manzo posee una presencia en la web de servicios y productos por más de 20 años. En esta presentación se refleja la evolución del trabajo para posicionar y hacer visible nuestra actividad a lo largo de ese lapso; desde las primeras páginas web que contenían la información esencial sobre los servicios y su primer producto, el catálogo en línea de sus fondos, hasta el presente en donde los desarrollos se expandieron y el quehacer se tornó más complejo.

En la actualidad cuando más del 90% del tráfico de Internet es administrado por motores de búsqueda, resulta esencial explorar el potencial de los mismos y contribuir desde nuestra actividad profesional a mejorar la experiencia de búsqueda del usuario. *"Aparecer en los buscadores no es un valor añadido, es una necesidad. Si un sitio web no aparece en Google, al menos en el mercado español (y en general, en el occidental y en buena parte del planeta), es como si no existiera en internet."* Serrano-Cobos (2015). Se puede agregar que, si el sitio web no aparece fundamentalmente en la primera o a lo sumo segunda página (en menor medida) de recuperación de información de Google, no existe. Por tanto las Bibliotecas deben adquirir y emplear estrategias de optimización de motores de búsqueda para posicionar sus servicios y recursos, y que a su vez sean más visibles en la Web. Los motores de búsqueda no son una competencia, es poco probable que las Bibliotecas reemplacen a los motores de búsqueda como fuente de información preferida, sino que constituyen una herramienta para visibilizar su labor.

El concepto de *optimización de motores de búsqueda* (Search Engine Optimization SEO) comprende una serie de técnicas que permiten a todas o a algunas de las páginas de un sitio web aparecer mejor posicionadas entre los primeros resultados de una página de respuestas de un motor de búsqueda de Internet ante una consulta determinada. Mientras que *Posicionamiento web* lo podemos definir como el conjunto de procedimientos y técnicas que tienen como finalidad dotar a un sitio o a una página web de la máxima visibilidad en Internet. (Codina, 2005)

Existen razones por las que las Bibliotecas deberían pensar en el SEO como un quehacer propio:

- Mayor visibilidad.
- Propósitos promocionales: las Bibliotecas albergan colecciones especiales que pueden ser de interés no sólo para las comunidades locales.
- Buenas prácticas: muchas actividades de SEO son simplemente buenas prácticas web.

- Mejor comprensión en el uso del sitio web: un componente del SEO comprende el análisis del tráfico web, por ejemplo páginas de acceso frecuente, búsquedas en el sitio y rutas de navegación. Esta información es valiosa para los bibliotecarios, en la toma de decisiones para realizar cambios en la arquitectura de información del sitio.

El trabajo de posicionamiento web se realiza para cada buscador, puesto que cada uno cuenta con herramientas propias. Actualmente el mercado de los buscadores se encuentra concentrado, en donde Google lo acapara, mientras que en menor medida lo hacen Yahoo y Bing de Microsoft. Vale aclarar que Bing es el motor de búsqueda de Yahoo por lo que la tarea se reduce solamente al empleo de dos herramientas: Search Console (Google) y Webmaster Tools (Bing). Hay que aclarar que en mercados en donde Google no es el líder indiscutido, como China o Rusia, nos debemos interiorizar en buscadores como Baidu (no posee versión en inglés) o Yandex.

Las técnicas SEO se pueden dividir en dos grupos: SEO on site, incluye aquellas técnicas que se llevan a cabo dentro del propio sitio web y SEO off site, es la parte del SEO que se centra en factores externos a la página web en la que trabajamos.

SEO on site

- Indexabilidad
- Contenido y redirecciones
- Optimización del sitio web (velocidad de carga)
- URL "amigable"
- Palabras claves
- Optimizar un sitio para dispositivos móviles
- Usabilidad
- Legibilidad
- Actualización del contenido
- Uso de descripciones enriquecidas o resúmenes (snippets)
- Optimización de imágenes y videos
- Etiquetas HTML
- Seguridad

SEO off site

- Page rank
- Estrategias de enlaces
- Redes sociales
- Posicionamiento local SEO (Google My Business)

A continuación, luego de esta breve introducción a los principales conceptos relacionados al SEO y posicionamiento, brindaremos un repaso de los 20 años, cuando comenzamos con nuestras primeras experiencias en la aplicación de estas recomendaciones, hasta la actualidad. Éstas han sido divididas en cuatro etapas acorde a hechos o emprendimientos que las marcaron.

Primera etapa: Sitio web y Catálogo en línea

Hacia fines de los 90, la Biblioteca incursionó en el mundo web con su catálogo desarrollado por la misma y administrado conjuntamente con la Dirección de Servicios de Comunicación en la dirección <http://biblio.unq.edu.ar>. Se puede observar en la dirección, que si bien se aloja en el mismo dominio que el sitio oficial de la Universidad Nacional unq.edu.ar, pero no bajo el [www](http://www.unq.edu.ar) institucional de la UNQ, como así tampoco físicamente en el mismo Servidor. Sin embargo la información general sobre la Biblioteca (reglamento, horarios e información del personal), se encontraba -aún hoy continúa así- en la dirección <http://www.unq.edu.ar/biblioteca> como parte del sitio institucional. Vale aclarar que en sus comienzos todo el sitio www.unq.edu.ar se encontraba administrado por Servidores con Microsoft Windows y el catálogo de la Biblioteca desarrollado en WWWIsis en Servidores Linux (Red Hat), posiblemente la razón para la fragmentación en la presencia web.

Si nos situamos en la época, no disponer de un triple [www](http://www.unq.edu.ar) al comienzo de la dirección significó un problema, ya que la inmensa mayoría comenzaba de esa manera y agregado a lo que ya mencionamos sobre quedar fuera del sitio raíz (<http://www.unq.edu.ar>) hacia presagiar que nos quedaba por delante una ardua tarea de difusión para que nuestros usuarios (esencialmente nuestra comunidad) pudieran hallarlo. Por ese entonces en el mercado de los buscadores web estaba comenzando a asomarse Google, futuro líder en el segmento, por lo que decidimos emprender nuestro camino de visibilización del catálogo con las herramientas que la empresa de Mountain View nos proveía. Para posicionar un sitio web en sus inicios

Google suministraba en la dirección <http://www.google.com/addurl.html> un cuadro de texto en donde se introducía la dirección a indexar,

Figura 1 Captura de pantalla obtenida de Internet Archive (<http://www.archive.org>) del servicio Google addurl al inicio del proceso de solicitud de indexación (5/12/2000)

el proceso finaliza presionando sobre el botón enviar, a lo cual Google devolvía un aviso de que la acción solicitada será realizada en breve sin más precisiones.

Figura 2 Captura de pantalla obtenida de Internet Archive (<http://www.archive.org>) del servicio Google addurl con el proceso finalizado (5/12/200)

Éstas fueron nuestras primeras armas en el camino del posicionamiento web de productos y servicios de la Biblioteca.

Segunda etapa: RIDAA-UNQ

Desde del año 2004 hasta el 2015 no hubo modificaciones significativas. Entre los cambios realizados se puede enumerar: la difusión de la Biblioteca Electrónica de la Secretaría de Ciencia y Tecnología en el 2003, suscripción de recursos y el formulario de Solicitud de Información incorporado en el 2004.

Es a partir de la creación y puesta en funcionamiento del Repositorio Institucional RIDAA-UNQ que volvimos a incursionar nuevamente en el tema. El RIDAA fue creado en octubre del 2014, pero recién en el 2015 se logró la puesta en marcha del mismo. Para entonces nos encontrábamos con la responsabilidad de la coordinación del Repositorio y el desafío de posicionar un producto, ya no de la Biblioteca Laura Manzo sino transversal, que además debía internacionalizarse (no se limitaba solamente a su comunidad). La consigna era simple: "... cuando se busque la producción científica-académica de la UNQ en Google Académico ésta se pueda recuperar". Aquí comenzó nuestra segunda etapa en la tarea de posicionamiento.

Nuevamente recurrimos a las herramientas de Google para la tarea pero nos encontramos que éstas habían cambiado notablemente. La aplicación web para tal fin se denominaba Google Webmaster Tools (en la actualidad Google Search Console), y representaba una sustancial mejora con respecto al proceso anterior. Se puede definir como "... un servicio web de Google proporcionado de forma gratuita para webmasters, que permite verificar el estado de indexación y optimizar la visibilidad de sus sitios web" (https://es.wikipedia.org/wiki/Google_Search_Console).

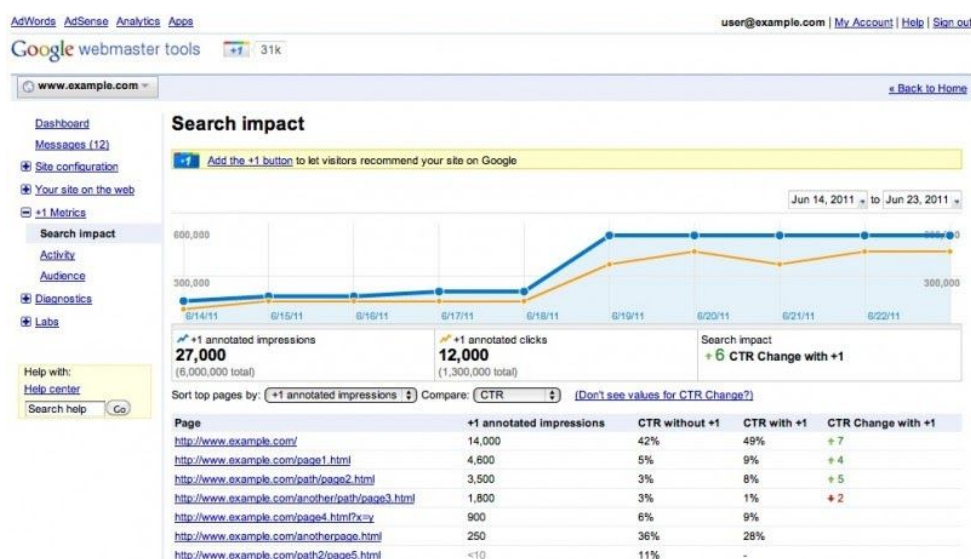


Figura 3 Imagen obtenida de <https://hipertextual.com/archivo/2013/02/google-webmaster-tools/> del servicio Google Webmaster Tools (6/2/2013)

Las principales diferencias que podemos enumerar son las siguientes:

- Servicio web personalizado, hay que registrarse con cuenta Google
- Destinado a webmasters (propietarios y gestores web) se requieren realizar acciones en donde es necesario la participación de técnicos en informática (Área de Sistemas)
- Permite incorporar más de un sitio web (multisitio) para su monitorización
- Ofrece herramientas e informes para las siguientes acciones:
 - Confirmar que Google puede encontrar y rastrear el sitio.
 - Solucionar problemas de indexación y solicitar la reindexación de contenido nuevo o actualizado.
 - Ver los datos de tráfico de la Búsqueda de Google para el sitio.
 - Recibir alertas cuando Google encuentra problemas de indexación, spam u otros en el sitio.
 - Mostrar qué sitios enlazan al sitio web.
 - Solucionar problemas de adaptabilidad a dispositivos móviles.

Muchos cambios con respecto a la herramienta utilizada tiempo atrás, fundamentalmente en la necesidad de verificar la propiedad del sitio, acción que necesitará seguramente la intervención de un informático con acceso al Servidor. Indicar dónde se encuentra situado nuestro Sitemap (archivo que contiene la estructura del sitio en formato XML) y el archivo robots.txt (que proporciona información a los rastreadores de los buscadores sobre las páginas o los archivos que pueden solicitar o no del sitio web).

Además del posicionamiento del producto en buscadores, existen tareas complementarias consistentes entre otras a otorgar inmanencia y visibilidad en el ámbito académico-científico. Entre éstas podemos mencionar:

- Adquisición de un identificador persistente (handle.net)
- Adhesión al Sistema Nacional de Repositorios Digitales (SNRD)
- Registro en directorios y redes (nacionales e internacionales)
- Traducción de términos de indización: al inglés y portugués

Por último, con una periodicidad mensual, resta anexar la consulta Google Analytics. Esta herramienta de analítica web ofrece información agrupada del tráfico que llega al sitio web, por ejemplo su número de visitantes o la tasa de rebotes, sesiones, etc. todos ellos en tiempo real. Así también, con regularidad, consultar el Transparent Ranking: Institutional Repositories by Google Scholar (<https://repositories.webometrics.info/en>) elaborado por el Laboratorio de Cibermetría del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), que mide la visibilidad e impacto de los repositorios en su totalidad e institucionales particularmente.

Tercera etapa: Comienzos de CMS WordPress y Qfind

A mediados del 2014 se decidió incursionar en los Sistemas de Gestión de Contenidos (Content Management System CMS) debido a la necesidad de mantener contenidos actualizados e interactuar con los usuarios. Por ese entonces la Dirección de Sistemas suministraba un servicio de "Blogs interactivos" a dependencias y docentes que así lo requirieran. Por consiguiente en agosto del 2014 solicitamos nuestro "Blog interactivo" que en realidad se trataba de una administración centralizada de WordPress, en donde, si bien los contenidos (páginas y entradas) quedaban a nuestra responsabilidad, las funcionalidades del CMS (plugins, themes, entre otros) estaban restringidas. Para acceder a estos agregados, debíamos solicitarlos por correo, al igual que su eliminación en el caso contrario. Así mismo la nueva dirección web, <https://biblioteca.web.unq.edu.ar> quedaba otra vez fuera no sólo del www general como así también del biblio.unq.edu.ar de la Biblioteca. Con el advenimiento del RIDAA-UNQ, a mediados del 2015 nos encontrábamos con cuatro direcciones web vinculadas a la Biblioteca Laura Manzo, lo que lógicamente dificultaba no solamente su administración, sino que provocaba una fragmentación de contenidos. Todas estas circunstancias hicieron que el proyecto de CMS para la Biblioteca quedase de lado momentáneamente, para abocarnos a solucionar la fragmentación en uno de sus aspectos, el de búsqueda y recuperación de la información. Es así que comenzamos a explorar herramientas de búsqueda integrada, metabuscador y servicio de descubrimiento, para tratar de solucionar los problemas que provoca fraccionar la búsqueda dentro de una misma institución. Como se expuso en la edición anterior de la JBDU, la elección recayó sobre un servicio de descubrimiento, Vufind que en nuestra Biblioteca lo denominamos "Qfind". El tema ya ha sido desarrollado extensamente en el trabajo "Qfind. Servicio de descubrimiento: punto único de acceso a todos los contenidos de la Biblioteca Laura Manzo", en el que se exponen las características de posicionamiento (y como consecuencia la visibilidad) que propició esta herramienta de búsqueda integrada:

- La primera y principal, la integración de interfaces de distintos sistemas de búsqueda y recuperación de información. Mejora la experiencia de búsqueda cuando el acceso es en forma directa al sitio por parte de los usuarios.
- Como resultado de lo anterior, la generación de un Sitemap integrando los índices generados a partir de Koha, Dspace y AtoM, otorgando más visibilidad y complementando la búsqueda orgánica.
- Posibilita su análisis (cantidad de usuarios, sesiones, tipo de búsqueda, backlinks, entre otros) pero de manera conjunta con las herramientas de Google y Bing como ya mencionamos anteriormente.



Figura 4 Captura de pantalla de <https://biblio.unq.edu.ar> del Qfind, servicio de descubrimiento basado en el software VuFind (24/10/2019)

Cuarta etapa: Sitio web de la Biblioteca Laura Manzo con WordPress

A comienzos del 2018 se retomó la iniciativa de construir el sitio web de la Biblioteca Laura Manzo en base al CMS WordPress. Descartada la posibilidad de avanzar con los "Blogs interactivos" permanece aún la necesidad de disponer de un sitio web dinámico e interactuar con los usuarios, requisito que lógicamente el sitio institucional no podía ofrecer. Pero además era necesario sumar una condición fundamental, derivada de la experiencia anterior, disponer de independencia en la administración del sitio. Luego de analizar posibilidades, se decidió alojar el CMS de la Biblioteca en la dirección <https://biblio.unq.edu.ar/biblioteca>, y

nuevamente la administración en forma conjunta con la Dirección de Servicios de Comunicación, que nos posibilitó la autonomía requerida.

La elección recayó en WordPress esencialmente por dos motivos: es el más empleado (más de 18 millones de sitios a mediados de 2019) y su sencillez de tanto en el uso cotidiano como en la administración. Entre sus características podemos destacar:

- herramientas de base para crear fácilmente sitios web
- innumerables complementos para proporcionar funcionalidades adicionales al sitio (formularios, encuestas, etc)
- gran cantidad de temas (themes) para personalizar su diseño
- funciones optimizadas para motores de búsqueda permitiendo una efectiva y rápida indexación del sitio
- integración con Redes sociales (Facebook, Instagram y Whatsapp) y con otros sistemas (Vufind principalmente)

Cuál es la información que contendrá, básicamente institucional, productos y servicios, que se dispondrán según el caso en páginas, entradas (posts, novedades) y complementos, características que poseen los CMS para incorporar contenidos. El WordPress al igual que los demás sistemas mencionados, permite la monitorización con herramientas de Google y Bing para su posterior evaluación.



Figura 5 Captura de pantalla de <https://biblio.unq.edu.ar/biblioteca/> sitio web realizado en WordPress de la Biblioteca Laura Manzo (7/10/2019)

Por lo tanto la experiencia SEO y posicionamiento web aplicada inicialmente al RIDAA-UNQ, luego a Koha, AtoM y finalmente a Qfind, favorecieron el traslado e integración de estas prácticas al nuevo sitio en WordPress y viceversa desde el CMS hacia los sistemas web mencionados.

En síntesis, en la Biblioteca Laura Manzo se realizan en la actualidad las siguientes actividades:

- RIDAA-UNQ:
 - Generación de Sitemap (automatizado)
 - Monitoreo con herramientas de Google y Bing
 - Consulta periódica al Transparent Ranking: Institutional Repositories
- Koha:
 - Generación de Sitemap (automatizado)
 - Monitoreo con herramientas de Google y Bing
- AtoM:
 - Generación de Sitemap (automatizado)
 - Monitoreo con herramientas de Google y Bing
- Qfind:
 - Conexión OAI-PMH con los sistemas anteriores para la generación de un Sitemap integral (automatizado)
 - Monitoreo con herramientas de Google y Bing
- WordPress:
 - Generación de Sitemap (dinámico de acuerdo a la incorporación y modificación de contenidos. Complemento Yoast SEO) y envío de robots.txt.
 - Prácticas de SEO online y offline en la producción de contenidos desde el sitio web.
 - Monitoreo con herramientas de Google y Bing
 - Integración con el Qfind

En todo los casos, exceptuando WordPress, la generación de Sitemap se realiza en forma diaria, la tarea se programa para que se efectúe por la madrugada.

Para finalizar dos recomendaciones muy importante en el diseño web

- Se debe tener muy en cuenta la visualización en dispositivos móviles (diseño web adaptable o responsive). Google hasta el 2018 evaluaba los diseños como primera medida para computadoras de escritorio y luego para dispositivos móviles (principalmente smartphones), hoy es a la inversa priorizando el diseño adaptable para los dispositivos móviles. Google ofrece el Móviles Test Friendly para poder evaluar si nuestro sitio posee un diseño web adaptable (responsive design) <https://search.google.com/test/mobile-friendly>

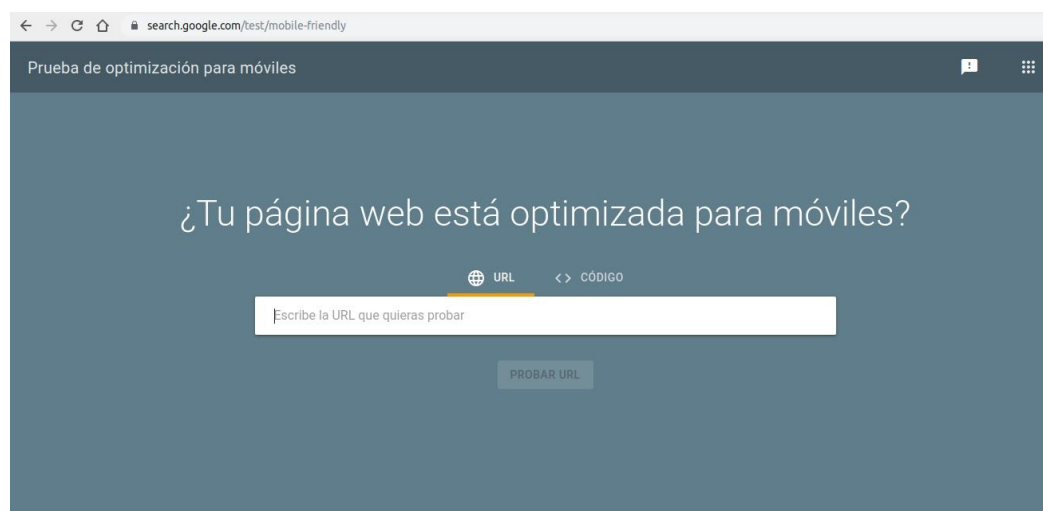


Figura 6 Captura de pantalla de <https://search.google.com/test/mobile-friendly> servicio de Google Mobile Test Friendly (25/10/2019)

- La velocidad de carga del sitio web. Tiempos de carga elevados ayudan a que nuestros porcentajes de rebote aumenten. Una velocidad de carga web aceptable está en torno a los 5 segundos, por encima de eso exige una revisión. Aquí también Google dispone de una herramienta para evaluar la velocidad de carga del sitio Pagespeed Insights <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>

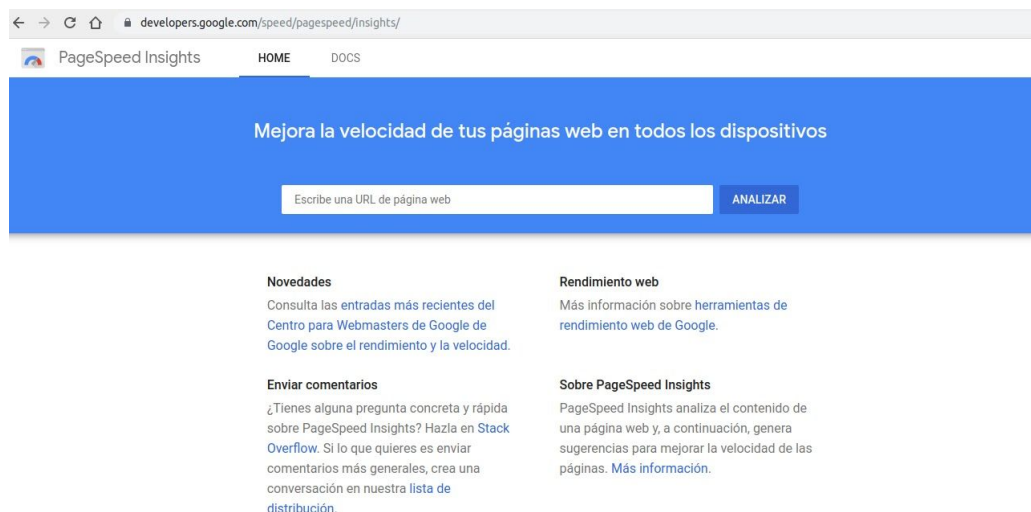


Figura 7 Captura de pantalla de <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights> servicio de Google Pagespeed Insights (21/10/2019)

Conclusión

Hasta aquí un repaso de la experiencia en la aplicación de posicionamiento web y optimización en motores de búsqueda SEO en nuestra labor bibliotecaria. Una actividad que se caracteriza por ser dinámica y muy cambiante. Cuando la incorporamos a nuestro quehacer nos compromete a estar actualizados y a realizar revisiones periódicas para la toma de decisiones en la arquitectura de información del sitio web.

Podemos resumir que en general todo se trata de buenas prácticas y una correcta descripción, que complementan la generación de servicios y productos de calidad, dado que no tiene sentido crear excelentes productos, si no pueden ser hallados en la web. Se trata de mejorar la experiencia de búsqueda en donde SEO en lugar de Optimización en Motores de Búsqueda se transforme en Optimización de Experiencia de Búsqueda, en la cual los bibliotecarios tenemos mucho para aportar y también por aprender.

Glosario

- **AtoM:** es la abreviatura de Access to Memory, es un aplicación web, de código abierto, basada en estándares de descripción archivística, multilingüe.
- **Backlinks:** o enlaces entrantes, son aquellos que enlazan con nuestra página desde otra página web.
- **DSpace:** es un programa de código abierto para gestionar repositorios de contenidos digitales, textos, audio, videos, etc. Se organiza por comunidades, subcomunidades y colecciones.
- **Google Analytics:** es una herramienta de analítica web de Google. Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web
- **Google Mobile-Friendly Test:** herramienta que nos sirve para comprobar si nuestra web está optimizada o no para móviles. Contar con un sitio web optimizado para dispositivos móviles se convirtió en un requisito esencial de la presencia en línea
- **Google Pagespeed Insights:** proporciona datos sobre el rendimiento real de las páginas tanto en dispositivos móviles como en ordenadores, y suministra consejos para optimizarlas.
- **Google Search Console:** (anteriormente Google Webmaster Tools) es un servicio gratuito para webmasters de Google que permite a los creadores de páginas web comprobar el estado de la indexación de sus sitios en internet por el buscador y optimizar su visibilidad. También, es una herramienta en la cual se puede hacer modificaciones para mejorar el aspecto de la página web
- **Koha:** es un sistema integrado de gestión de bibliotecas, el primero de código fuente abierto liberado bajo la GNU General Public License.
- **PageRank:** es una marca registrada y patentada por Google el 9 de enero de 1999 que ampara una familia de algoritmos utilizados para asignar de forma numérica la relevancia de los documentos (o páginas web) indexados por un motor de búsqueda
- **Posicionamiento web:** es el conjunto de procedimientos y técnicas que tienen como finalidad dotar a un sitio o a una página web de la máxima visibilidad en Internet. (Codina, 2005)
- **Protocolo OAI-PMH:** es el protocolo de Open Archive Initiative-Protocol for Metadata Harvesting, y son estándares de interoperabilidad para facilitar la difusión eficiente de contenidos en Internet.
- **Repositorio:** es un sistema en red formado por hardware, software, datos y procedimientos, contiene objetos digitales y metadatos, asegura la identificación del

objeto mediante un identificador único persistente, ofrece funciones de gestión, archivo y preservación de los objetos, además proporciona un acceso fácil, controlado y estandarizado de los objetos (López Medina, 2007)

- **SEO (Search Engine Optimization):** conjunto de procedimientos que permiten colocar un sitio o una página web en un lugar óptimo entre los resultados proporcionados por un motor de búsqueda. (Codina, 2004)
- **Servidor (hardware):** un servidor basado en hardware es una máquina física integrada en una red informática en la que, además del sistema operativo, funcionan uno o varios servidores basados en software. Una denominación alternativa para un servidor basado en hardware es "host" (término inglés para "anfitrión").
- **Servidor (software):** un servidor basado en software es un programa que ofrece un servicio especial que otros programas denominados clientes (clients) pueden usar a nivel local o a través de una red.
- **Sistema de Gestión de Contenidos (Content Management System CMS):** es un programa informático que permite crear un entorno de trabajo para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás usuarios.
- **Sitemap:** un mapa de sitio web (o mapa de sitio o mapa web) es una lista de las páginas de un sitio web accesibles por parte de los buscadores y los usuarios. Los mapas de sitio pueden mejorar el posicionamiento en buscadores de un sitio, asegurándose que todas sus páginas puedan ser encontradas.
- **URI:** Identificador de recursos uniforme o URI (en inglés Uniform Resource Identifier) es una cadena de caracteres que identifica los recursos de una red de forma unívoca
- **URL:** Localizador de recursos uniforme (en inglés URL, Uniform Resource Locator) es un Identificador de recursos uniforme (Uniform Resource Identifier, URI) cuyos recursos referidos pueden cambiar, esto es, la dirección puede apuntar a recursos variables en el tiempo
- **Visibilidad web:** es la facilidad de acceso y reconocimiento de los contenidos, productos y servicios publicados en Internet de manera que los usuarios los reconozcan, adquieran y accedan ellos. (García, 2006).
- **Vufind:** es un servicio de descubrimiento de código abierto que permite a los usuarios buscar y navegar en los recursos de la biblioteca más allá de un catálogo tradicional de acceso público en línea.

- **Webmaster:** es la persona responsable por un servidor de Internet. Sin embargo, en la jerga informática se puede indicar que el webmaster es el dueño del sitio web o el encargado de mantener el sitio web habilitado.
- **WordPress:** es un sistema de gestión de contenidos (en inglés, Content Management System o CMS) enfocado a la creación de cualquier tipo de página web. Originalmente alcanzó una gran popularidad en la creación de blogs, para convertirse con el tiempo en una de las principales herramientas para la creación de páginas web.
- **XML:** siglas en inglés de eXtensible Markup Language, traducido como "Lenguaje de Marcado Extensible" o "Lenguaje de Marcas Extensible", es un meta-lenguaje que permite definir lenguajes de marcas desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C) utilizado para almacenar datos en forma legible.

Bibliografía

1. Alós Moya, A. (2001).. Universidad Politécnica de Valencia. Guía para el posicionamiento web Proyecto Fin de Carrera. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/12063/Memoria.pdf?sequence>
2. Bibliotecas Universidad de Salamanca. (2017). Planeta Biblioteca 2017/03/22. SEO y posicionamiento web con Luis Codina. Recuperado del sitio web iVoox: https://ar.ivoox.com/es/planeta-biblioteca-2017-03-22-seo-posicionamiento-web-con-luis-codina-audios-mp3_rf_17712642_1.html
3. Clarke, A. (2018). SEO 2018: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies.
4. Codina, L. y Marcos, M.C. (2005) Posicionamiento web: conceptos y herramientas. El profesional de la información. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2005/marzo/1.pdf>
5. 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. Recuperado de: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/28134/codina_2017_posi.pdf
6. Codina, L. (2019). Directorio de herramientas de análisis SEO y tutoriales de posicionamiento. Recuperado de: <https://www.lluiscodina.com/periodismo-documentacion-medios/recursos-seo/>
7. Fichter, D. and Wisniewski, J. (2014). Being Findable: Search Engine Optimization for Library Websites. Online Searcher, 38(5), pp. 74-76.
8. Medina, A. (2007). Guía para la puesta en marcha de un repositorio institucional SEDIC. Recuperado de: <https://www.ugr.es/~afporcel/reposi2007.pdf>
9. Nix, T. (2013). Engine Optimization for Libraries and Archives. PNLA QUARTERLY. Volumen 78, número 1. Recuperado de: <https://pnla.org/wp-content/uploads/2018/03/volume-78-1.pdf>
10. Noguez Sörensen, L., Ampalio, F., Menegaz, G. (2018). Qfind. Servicio de descubrimiento: punto único de acceso a todos los contenidos locales de la Biblioteca Laura Manzo.

11. Onaifo, D. and Rasmussen, D. (2013). Increasing libraries content findability on the web with search engine optimization. Library Hi Tech, Vol. 31 No. 1, pp. 87-10.
<https://doi.org/10.1108/07378831311303958>
12. Orduna-Malea, E (2011). Visibilidad de los repositorios institucionales argentinos en la web: Indicadores y buenas prácticas. Recuperado de:
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/26843>
13. Ranking of Web Repositories (2019). En: <http://repositories.webometrics.info/>
14. Rovira, C.; Codina, L. y Monistrol, R. (2013). Rich snippets: información semántica para la mejora de la identidad digital y el SEO. El profesional de la información, noviembre-diciembre, v. 22, n. 6, pp. 554-561.
<https://doi.org/10.3145/epi.2013.nov.08>
15. Rushton, E. ; Kelehan, M. y Strong, M. (2008). Searching for a New Way to Reach Patrons: A Search Engine Optimization Pilot Project at Binghamton University Libraries. Journal of Web Librarianship. Recuperado de:
<https://doi.org/10.1080/19322900802484248>
16. SEO and Librarians: Interview with Shari Thurow: Interview about LIS (Library and Information Sciences) and how it relates to search engine optimisation (1997-2019).
<http://www.search-usability.com/seo-tips/cilip-interview.html>
17. SEO and Librarians: Interview with Shari Thurow. Omni Marketing Interactive. (2019). Recuperado de: Search-usability.com
<http://www.search-usability.com/seo-tips/cilip-interview.html>
18. Serrano-Cobos, J. (2015). SEO. Introducción a la disciplina del posicionamiento en buscadores. Barcelona, UOC.
19. Ugarte, D. de (2002). El Libro del posicionamiento en buscadores. Recuperado de:
http://ciberconta.unizar.es/LECCION/BUSCAR/el_libro_del_posicionamiento_en_buscadores.pdf