

Tipos de hipervínculos

¿Qué es un hipervínculo?

Es un elemento inscrito en un documento electrónico con la finalidad de hacer referencia a otro recurso. Los hipervínculos, nos permiten acceder a otro punto de nuestro documento o a otros documentos sin tener que seguir una secuencia pre establecida. Puede llevarnos de forma directa a otra página como si saltáramos en la web sin ninguna dificultad.

Los hiperenlaces, como también se les conoce, están presentes en páginas web, correos, documentos de texto en formato digital y también en otros formatos electrónicos. Generalmente hacen alusión a un segmento específico dentro de algún documento electrónico o a recursos de cualquier naturaleza. Se utilizan para las búsquedas en línea, durante las comparas electrónicas, cuando deseamos suscribirnos a un newsletter y en muchas otras ocasiones.

Los hiperenlaces nacieron hace muchos años y son elementos clave en el internet. El texto en el cual se incluye el hipervínculo se llama hipertexto. Los hiperenlaces o hipervínculos solo tienen efecto en documentos digitales que van a ser manipulados por medios o dispositivos electrónicos. Afortunadamente es cada vez más común disponer de ordenadores, laptops, tablets, libros electrónicos y teléfonos inteligentes.

El uso de todos estos dispositivos ha potenciado el poder de los hipervínculos, y reduce significativamente el esfuerzo y el tiempo cuando navegamos o accedemos a sitios web de nuestro interés.

¿Cómo reconocemos el hipervínculo? Generalmente están destacados en color azul y una línea de subrayado. Una vez que visitamos el hipervínculo, se ve el hipertexto en color morado. El color es lo que distingue un hiperenlace visitado de otro al que aún no hemos “entrado”.

Por ejemplo, un hipervínculo sirve para generar [interlinking dentro del sitio web](#). Si haces clic en el enlace azul (que acabas de leer 😊), entenderás lo qué es.

Diferencia entre Hipervínculo y dirección URL

Los enlaces son vínculos sobre los cuales podemos hacer clic para conectarnos desde una web a otro sitio dentro del internet. Es una especie de portal que nos transporta de forma automática a otro documento electrónico sin pasar por puntos intermedios (usualmente).

[La dirección URL](#), es la trayectoria única y específica de un sitio dentro del internet. Para ser más concretos, la URL forma parte del enlace o hipervínculo. Como podemos ver, no existe hiperenlace sin URL, porque dentro de la estructura del hipervínculo la URL es la dirección de destino. Los hiperenlaces os permiten dar saltos entre documentos sin importar si estos se alojan en servidores diferentes o muy lejanos.

📖 Te recomiendo profundizar este tema leyendo [¿Qué es un hosting? Todo sobre los tipos y ventajas de cada uno.](#)

Estructura de un hiperenlace

Los hipervínculos tienen dos extremos. A cada una de estas partes se les suele llamar “anclas”. Comienzan con un ancla de origen que apunta hacia un ancla de destino. Aunque normalmente se utiliza la palabra ancla para señalar el punto de origen. Mientras que al ancla de destino lo llaman comúnmente enlace de destino o link target.

Cuando los hiperenlaces incluyen formatos diferentes al texto, como videos, audios o imágenes facilitan la navegación en hipermedia. Por lo general el enlace de destino más conocido es una URL ubicada en la Word Wide Web. Te invito a visitar [¿Qué es un dominio? Tipos, ejemplos y características.](#)



Quizá te interese explorar: [Cómo funcionan los subdominios.](#)

¿Qué significa la expresión “link roto”?

Un enlace roto es un vínculo que genera un error, generalmente porque ya no existe la dirección de destino. En ocasiones se debe a que se ha escrito la dirección URL de forma equivocada. Puede suceder también que ya no exista la página indicada, quizá se ha modificado la arquitectura de la web, por lo que la ruta ya no tiene valor.

Este es el conocido [error 404](#). Es importante mantener nuestro sitio libre de errores, para eso, hay [herramientas de medición y de revisión en SEO](#). Cuando se realizan [auditorias técnicas](#), mediante la [plantilla para auditorias](#), se verifican muchos aspectos, como la velocidad de carga y la existencia de enlaces rotos, [Semrush](#) ofrece una herramienta para detectar estos enlaces..

Tipos de hipervínculo

Hay dos clasificaciones para los hipervínculos, una se atribuye al contenido o la activación y la otra, clasifica los hiperenlaces según la ubicación del recurso invocado a través de ellos. Exploreemos ambas tipologías:

Tipos de vínculos según su contenido, acción y entorno

Hipervínculos de texto:

Su origen y destino son contenidos textuales en formato digital. El enlace dirige a una parte específica del texto, puede ser un capítulo o una nota de pie de página, por ejemplo. Se utilizan para crear redes entre dos documentos. Este tipo de hiperenlace sirve para movernos entre artículos o post que tienen una estrecha y significativa relación o comparten una temática. Lo mas común es que ambos textos se complementen.

Hiperenlaces de imagen

En este caso, los hipervínculos están insertos en las imágenes hospedadas en línea y conducen a otros recursos o viceversa. El ejemplo más cotidiano lo podemos ver en las [estrategias de](#)

[marketing digital](#), en dónde podemos hacer clic en una imagen que nos conduce a un [e-commerce](#).

Hipervínculo a correo electrónico:

Estos enlaces son módulos ya pre establecidos que se activan para enviar mensajes automatizados de correo electrónico a una dirección concreta.

Hipervínculo a funciones definidas:

Son vínculos configurados para activar funciones ya determinadas en algún dispositivo electrónico. Algunas de las más usadas son guardar, imprimir, modificar el tamaño de la fuente, compartir, eliminar, entre otros.

En general los hiperenlaces ayudan a mejorar la experiencia del usuario.

[¿Quieres conocer cómo se diseña una experiencia de usuario UX?](#)

Tipos de hipervínculos según la ubicación del recurso destino

Dependiendo de la ubicación del recurso que se invoca mediante el hipervínculo, se han establecido dos categorías:

Hipervínculo local:

Son hiperenlaces internos, se refieren al contenido de destino que se alberga en un directorio o [subdirectorio](#) local. Esto significa que está alojado en el mismo dispositivo, la misma página web o el mismo sitio. [Los enlaces internos o interlinks](#) permiten la interconexión de varias páginas de una misma web. Es decir que comparten el mismo dominio.

Hipervínculo externo:

Son los enlaces que llevan a un recurso que está alojado fuera de la página web, o contenidos externos al sistema de origen. El ejemplo más común es el hiper-enlazado a páginas web diferentes. Este tipo de enlace conecta dos páginas de diferentes dominios. En cualquier caso, la página de la cual sale el enlace realiza un “link externo” y la página a la cual llega el enlace recibe un “backlink”. Esto se trabaja bajo una [estrategia de linkbuilding](#).

Diferencias entre link interno y externo para el SEO

Vamos a enfocarnos en las diferencias entre los hiperenlaces internos y externos desde la perspectiva del [SEO](#) y su significado para los [resultados de los motores de búsqueda](#):

Los links internos y el SEO

Una [buena distribución del enlazado interno](#) es importante para impulsar el posicionamiento web. Es un aspecto que siempre se trabaja dentro de las [optimizaciones SEO](#). Especialmente para sitios con una extensa [arquitectura web](#). Es decir, los sitios muy grandes el interlink es una técnica muy efectiva durante el [desarrollo de la estrategia SEO on page](#).

Los enlaces externos salientes y el SEO

Muchas veces se escucha decir que los enlaces externos pueden ser negativos para el SEO. No obstante, esto deja de ser cierto cuando se incluyen hipervínculos externos que tienen sentido y aportan validez al contenido.

El SEO y los Hipervínculos externos entrantes

Estos hipervínculos se conocen como backlinks y son beneficiosos para la optimización cuando se busca el posicionamiento web. Recibir enlaces entrantes aumenta la autoridad de una página web. Muchas veces estos enlaces surgen de manera natural cuando nuestros contenidos son relevantes, útiles e interesantes. Una página con contenidos valiosos llama la atención de otros sitios que verán estas páginas como buenos referentes para sus propios contenidos.

Cuando no se reciben backlinks de forma espontánea es necesario aplicar una buena [técnica de linkbuilding](#).

¿Cuál es el significado de los enlaces o hipervínculos para los buscadores?

Los enlaces responden a diferentes funciones además de servir como un vínculo entre varias páginas o sitios webs. Dentro del internet se diferencian los vínculos internos y externos. Los primeros funcionan como elementos referenciales para páginas que pertenecen a un mismo dominio. El segundo tipo, funciona para remitir a los usuarios a páginas y sitios de un dominio diferentes.

Básicamente ambos tipos de links sirven como facilitadores de la navegación y brindan una mejora para la experiencia del usuario, pero actualmente, la actualización de los algoritmos de Google ha propiciado que los hipervínculos se conviertan en una herramienta funcional y práctica para mejorar el posicionamiento mediante las [estrategias de optimización SEO](#).

¿Por qué son valiosos los enlaces para los buscadores? Los rastreadores que integran los diferentes motores de búsqueda son bots. Estos bots, rastrean las páginas mediante los enlaces y valoran los vínculos que existen hacia otros recursos. Este factor fue determinante para que durante un tiempo el hiperlink cobrara un gran peso al momento de medir la relevancia de una página, detalle que tenía gran impacto en el ranking.

Ahora, los factores considerados para ubicar las páginas en el ranking han variado, por lo que el valor de los hipervínculos ha disminuido proporcionalmente al aumento de valor de otros factores. No obstante, siguen siendo importantes cuando se trata de la optimización frente a los buscadores.